

**SOLUCIONES ADMINISTRATIVAS APLICADAS AL PROCESO DE VENTAS
BAJO LA NORMA ISO 9001: VERSIÓN 2000 EN G Y J FERRETERIAS S.A.**

DIANA SUGEILY GARCIA CHAVEZ

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2008**

**SOLUCIONES ADMINISTRATIVAS APLICADAS AL PROCESO DE VENTAS
BAJO LA NORMA ISO 9001: VERSIÓN 2000 EN G Y J FERRETERIAS S.A.**

DIANA SUGEILY GARCIA CHAVEZ

**Pasantia Empresarial para optar al titulo
De Administrador de Empresas**

**Director
JAIRO IDÁRRAGA**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO CIENCIAS ECONÓMICAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2008**

Nota de aceptación:

Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad Autónoma de Occidente para optar al título de Título de Administrador de Empresas

JULIO CESAR LONDOÑO

Jurado

JAVIER OTERO

Jurado

Santiago de Cali, 24 de Julio de 2008

CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN	9
INTRODUCCIÓN	12
1. TITULO DE LA INVESTIGACIÓN	13
1.1 ANTECEDENTES	13
2. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	14
2.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA	14
2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	14
2.2.1 Pregunta general.	14
2.2.2 Preguntas específicas.	15
2.3 SISTEMATIZACIÓN	15
3. OBJETIVOS	16
3.1 OBJETIVO GENERAL.	16
3.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS.	16
4. JUSTIFICACIÓN	17
5. MARCO DE REFERENCIA DE LA INVESTIGACIÓN	18
5.1 MARCO TEORICO	18
5.2 MARCO ANTROPOLÓGICO- FILOSÓFICO	21

5.3 MARCO CONCEPTUAL	21
5.4 MARCO CONTEXTUAL	23
6. METODOLOGÍA	25
7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	26
7.1. PRESUPUESTO (\$ MILES DE PESOS)	27
8. DESARROLLO PROYECTO	28
8.1. OBJETIVO 1	28
8.2. OBJETIVO 2	38
8.3. OBJETIVO 3	44
8.4. OBJETIVO 4 “DISEÑAR UN SISTEMA DE CONTROL PARA EL PROCEDIMIENTO DE VENTAS.”	45
9. CONCLUSIONES	54
10. RECOMENDACIONES	56
BIBLIOGRAFÍA	57
ANEXOS	58

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Cronograma de actividades	26
tabla 2. Presupuesto para el proyecto	27
tabla 3. Relación quejas y reclamos primer semestre calle 12	28
tabla 4. Reporte de quejas y reclamos febrero	29
tabla 5. Reporte de quejas y reclamos marzo.	30
tabla 6. Reporte de quejas y reclamos abril.	31
tabla 7. Reporte de quejas y reclamos mayo.	32
tabla 8. Reporte de quejas y reclamos junio.	33
tabla 9. Relación quejas y reclamos primer semestre carrera 30	34
tabla 10. Relación quejas y reclamos mes de marzo carrera 30	34
tabla 11. Relación quejas y reclamos mes de abril carrera 30	35
tabla 12. Relación quejas y reclamos mes de mayo carrera 30	36
tabla 13. Relación quejas y reclamos mes de junio carrera 30	37
tabla 14. comparativo relación quejas y reclamos mar. - jun. Año 2008 cra 30 vs calle 12.	38
tabla 14. Conducta de cumplimiento	48
tabla 15. Indicadores de la procesos de seguimiento y control a la solución de quejas y reclamos de los clientes	52

LISTA DE GRAFICOS

	Pág.
Grafico 1. Compras	39
Grafico 2. Procedimiento quejas y reclamos	40
Grafico 3. Identificación y trazabilidad del producto	41
Grafico 4. Seguimiento al producto no conforme	42
Grafico 5. Logística de distribución	43
Grafico 6. Ventas	44

LISTA DE FORMATOS

	Pág.
Formato 1. Análisis de Riesgo e Incertidumbre	46
Formato 2. Mapa de Riesgos e Incertidumbres Estratégicas y Operacionales	47

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Mejoramiento continuo	58

RESUMEN

La presente práctica tendrá como objetivo llevarse a cabo en la empresa G Y J FERRETERIAS S.A. y el tiempo de la práctica será un periodo de 5 meses desde Abril de 2008 hasta Agosto del 2008. G Y J FERRETERIAS S.A. fue constituida el 29 de mayo de 1991, mediante la escritura publica No.2940, otorgada en la notaria primera de la ciudad de Bogotá, departamento de Cundinamarca. Su última reforma se dio con escritura pública No.3252 del 26 de diciembre de 2007, donde absorbe a las sociedades COMERCIAL G Y J S.A. e HIDEPA PAIS DEL HIERRO S.A. su vigencia fiscal va hasta el 31 de diciembre de 2020 perteneciente al sector ferretero dedicada a la distribución y comercialización de productos de acero, ubicada en la Carrera 30 No. 10-150 Arroyo hondo.

Debido a la necesidad de cumplimiento en cada uno de los procesos y procedimientos documentados dentro de la organización es de vital importancia obtener datos reales frente a problemas puntuales dentro de nuestra empresa.

Con la utilización de un sistema de gestión de calidad en el área de ventas, basado en la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes, utilizaremos los documentos que involucren un sistema de gestión de calidad cuyos beneficios sean tangibles; el cual es la prestación del servicio.

Por esta razón se determinara y se planteara las variables que conlleve al seguimiento de la norma de gestión de calidad ISO 9001: 2000 en el área de ventas la cual desea medir un grado de efectividad de cada uno de sus procedimiento de la empresa G & J FERRETERIAS S.A.

Para realizar el seguimiento, control e identificación de los planes estratégicos y planes de choque frente a las necesidades relacionadas en nuestro propósito el cual es disminuir el histórico en quejas y reclamos por servicio, como también disminuir la tasa de quejas y reclamos por producto dentro de nuestro proceso de ventas en la empresa G & J Ferreterías S.A. , esto es una decisión estratégica de la organización frente al diseño de las nuevas políticas comerciales que se muevan frente al mercado y su necesidad diaria.

La empresa tiene una desventaja comercial ya que no posee una capacidad logística adecuada a la demanda regional, en este momento cuenta con espacios muy limitados para recibir y despachar material en ambas bodegas, por ende se presentan muchas demoras para el despacho, que conlleva a quejas, reclamos y en algunas ocasiones cancelaciones de los pedidos.

Al realizar la ejecución de esta planificación la organización debe mejorar continuamente la eficacia del sistema de gestión de la calidad mediante el uso de la política de la calidad, los objetivos de la calidad, los resultados de las auditorias, el análisis de datos, las acciones correctivas y preventivas y la revisión por

INTRODUCCIÓN

Debido a la necesidad de cumplimiento en cada uno de los procesos y procedimientos documentados dentro de la organización es de vital importancia obtener datos reales frente a problemas puntuales dentro de nuestra empresa.

Para esto como plan estratégico administrativo realizaremos una serie de actividades encaminadas a identificar y controlar cada uno de los causales de los obstáculos administrativos, a fin de eliminar toda serie de acciones que interfieran con el libre desarrollo de la comercialización.

La importancia real de esta investigación será encontrar las diferentes soluciones de fondo para cada vez que se presenten diferencias entre el procedimiento documentado y la realidad comercial del día a día, habremos triunfado en nuestro propósito una vez que disminuyamos en un gran porcentaje las quejas y los reclamos de nuestros clientes internos y externos, toda vez que sucedan estos problemas podamos estar en la capacidad de responder casi de manera inmediata a la necesidad de nuestro cliente, donde gracias a un histórico hallamos adquirido la suficiente madurez administrativa para ser frente al mercado regional.

Con la utilización de un sistema de gestión de calidad en el área de ventas, basado en la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes, utilizaremos los documentos que involucren un sistema de gestión de calidad cuyos beneficios sean tangibles; el cual es la prestación del servicio.

Para que la empresa GYJ FERRETERIAS S.A. tenga un control del proceso de ventas implica la documentación de las instrucciones de trabajo, la capacitación de los empleados o la búsqueda de otras formas para garantizar que el proceso se está efectuando regularmente, con independencia de quien lo efectúe. Esto quiere decir que puede ser necesario que los empleados tengan determinada capacitación, o que sigan instrucciones de trabajo específicas. Los empleados también deberán tomar conciencia de la forma en que su trabajo afecta a la calidad de nuestro producto y a la satisfacción del cliente.

Por esta razón se determinara y se planteara las variables que conlleve al seguimiento de la norma de gestión de calidad ISO 9001: 2000 en el área de ventas la cual desea medir un grado de efectividad de cada uno de sus procedimientos de la empresa G & J FERRETERIAS S.A.

1. TITULO DE LA INVESTIGACIÓN

Soluciones administrativas aplicadas al proceso de ventas de la empresa GYJ FERRRETERIAS S.A. , bajo la norma ISO 9001: Versión 2000.

1.1 ANTECEDENTES

Apoyados en la certificación ISO 9001: Versión 2000 vigente en la empresa G & J Ferreterías S.A., y utilizando la extensión de dicha certificación en la comercialización de hierro he planteado este proyecto direccionado a solucionar problemas puntuales del PROCEDIMIENTO DE QUEJAS Y RECLAMOS dentro del proceso de ventas implementado.

Las herramientas estadísticas que utilice fueron las siguientes: 1) indicador de gestión devolución de clientes, 2) Indicador de gestión quejas y reclamos por servicio, 3) Indicador de gestión quejas y reclamos por producto, 4) Indicador de gestión encuestas de satisfacción, 5) Indicador de gestión programa de control y despachos, 6) Norma Técnica Colombiana.

Una vez recibida toda la información de cada uno de los anteriores indicadores de gestión mencionados se podrá realizar con total objetividad una presentación inicial para solución del problema planteado, encaminado a la resolución de los conflictos administrativos de gestión.

Cabe anotar que la utilización de la norma ISO 9001: Versión 2000, ha arrojado un histórico suficiente en cuanto a soluciones de forma en la Unes G Y J Ferreterías Calle 12, de la cual se realizara la extensión de la certificación a la sede Carrera 30.

Hasta el momento no existe un control en el cual se puedan evidenciar los resultados de los procesos mes a mes de una manera clara, por lo tanto realizaremos las mejoras en cuanto a la confrontación de quejas por servicio frente a quejas por defecto de producto, siendo esta una mejora a un cuadro ya existente.

2. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

Dentro de la empresa G & J Ferreterías S.A., en la cual presentare mi pasantía, se ha evidenciado un crecimiento de las quejas y los reclamos, devoluciones y anulaciones de pedidos afectando con esto los ciclos operativos, las metas administrativas propuestas y los controles establecidos para cada procedimiento incluido y afectado ventas, donde se ha pasado de dos a cuatro quejas por mes, siendo esto preocupante, ya que en las políticas internas de la organización en cuanto al sistema de gestión de calidad, no se contempla aceptado un crecimiento del 2% en cada ítem de reclamación.

Al tener como base una empresa certificada con todos sus procesos y procedimientos organizados decidí poner en práctica todo lo aprendido en la universidad y solucionar un problema puntual que afecta la organización y mi desarrollo como consultora de ventas.

2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

- Demostrar que el precepto normativo y ético de la Contaduría Pública se convierte en un imperativo para lograr el bien común de socios, empleados, proveedores, comunidad en general, ambiente, Estado y demás entes públicos y privados que requieran información relacionada con estados financieros de la organización.
- Evaluar el cumplimiento del Código de Ética desde los postulados de la Responsabilidad Social, por parte de los profesionales de la Contaduría Pública.

2.2.1 Pregunta General.

- ¿Cuales son las soluciones necesarias para mejorar en cada uno de los procesos de la empresa GYJ FERRRETERIAS S.A., tanto en ventas como en logística, bajo la norma ISO 9001: Versión 2000 para ser eficiente con los clientes?

2.2.2 Preguntas específicas.

- ¿Porque hay una tasa tan alta de devoluciones en el procedimiento de ventas?
- ¿La política comercial es adecuada al mercado regional, ya que la competencia desleal de otros proveedores puede generar anulaciones de pedido?
- ¿Cómo realizar mejorar la actividad de logística con los recursos existentes?
- ¿Porque es tan importante eliminar las quejas y reclamos por servicio, ya que de este tipo se presentan por incumplimientos de procedimientos o desatenciones por parte del personal de ventas, mientras que en las quejas y reclamos por producto el problema es por defectos de fabricación en el cual GYJ FERRETERIAS S.A., no tiene injerencia?
- ¿Estamos capacitados para solucionar todos estos problemas de servicio y/o producto?

2.3 SISTEMATIZACIÓN

- Utilizar controlar y medir los formatos y procedimientos en el área de ventas, apoyados en la ISO 9001: versión 2000.
- Documentar los formatos y procedimientos de las actividades del área de ventas con el sistema de gestión de calidad norma ISO 9001.
- Identificar y analizar los principales problemas que inciden en la calidad del servicio para que la empresa mejore su gestión de calidad.
- Realizar una orientación respecto a los puntos identificados como falencias en el proceso de ventas.
- Realizar comparativos de históricos referentes a la satisfacción cliente a cliente de manera que podamos canalizar toda la información para brindar una respuesta pronta y eficaz.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL.

Diseñar nuevas soluciones administrativas aplicadas al proceso de ventas de la empresa GYJ FERRRETERIAS S.A., bajo la norma ISO 9001: Versión 2000, para disminuir las quejas y reclamos de los clientes por producto y/o servicio.

3.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- Documentar los soportes documentados como históricos referentes a quejas y reclamos registrados en la Unes Calle 12 aplicados a los problemas administrativos presentados en la Unes Carrera 30.
- Identificar los procedimientos necesarios para que gestión de calidad influya de manera satisfactoria a favor del proceso de ventas
- Realizar una orientación dirigida a todos los consultores comerciales a fin de que cumplan el procedimiento preestablecido por la organización.
- Diseñar un sistema de control para el procedimiento de ventas.

4. JUSTIFICACIÓN

Debido al compromiso generado por la extensión de la certificación expedida por Icontec, nos vemos obligados a cumplir con cada uno de los objetivos propuestos por la organización, ya que esto generaría mayor confianza en el mercado y por ende el aumento de la utilidad.

Como se va a desarrollar en este proyecto identificaremos y solucionaremos los problemas puntuales que afectan el proceso de ventas y sus procesos soportes a saber: compras, logística y distribución, recurso humano y sistema de gestión de calidad, buscando la plena satisfacción del cliente interno y externo.

Dentro de las fortalezas obtenidas a través de la planeación, evaluación, seguimiento y mejora tendremos como tal la plena confianza en lograr la participación del 15% del mercado nacional, todo esto lo lograremos si superamos nuestros problemas en procedimientos internos dando crecimiento en la organización y el individuo como tal.

La relevancia de este trabajo es la obtención de la mejora continua en el proceso de ventas y logística basados en la norma ISO 9000: Versión 2000 en la organización, que este soportada en la aplicación teórica- practica de todos los conocimientos en crecimiento administrativo y aplicación de los conceptos universitarios en la relación comercial a nivel departamental.

El anteproyecto presentado plantea una justificación práctica, ya que a va aportar al mejoramiento de los procesos administrativos relacionados con ventas y logística, creando un plan de acciones para el momento en que sea necesario, a fin de obtener resultados positivos en el cumplimiento del propósito de nuestra investigación.

Dentro de la macro política a utilizar por la alta gerencia en busca de la excelencia empresarial se reconocerá la relevancia correspondiente al cliente externo, ya que es él quien refleja nuestra capacidad de servicio, producto final de este trabajo.

Además con toda la información que se logro recoger, se pudieron mejorar los cuadros de quejas y reclamos ya existentes en compañía del coordinador de calidad de G & J FERRETERIAS S.A., con el fin evidencia la repetición de las no conformidades por parte del cliente en cuanto a servicio o producto.

5. MARCO DE REFERENCIA DE LA INVESTIGACIÓN

Realizar el seguimiento, control e identificación de los planes estratégicos y planes de choque frente a las necesidades relacionadas en nuestro propósito el cual es disminuir el histórico en quejas y reclamos por servicio, como también disminuir la tasa de quejas y reclamos por producto dentro de nuestro proceso de ventas en la empresa G & J Ferreterías S.A. , esto es una decisión estratégica de la organización frente al diseño de las nuevas políticas comerciales que se muevan frente al mercado y su necesidad diaria.

Buscando información en la empresa pude encontrar que existe la documentación adecuada en los procedimientos administrativos, donde se debe clarificar las responsabilidades en cada procedimiento.

La empresa tiene una desventaja comercial ya que no posee una capacidad logística adecuada a la demanda regional, en este momento cuenta con espacios muy limitados para recibir y despachar material en ambas bodegas, por ende se presentan muchas demoras para el despacho, que conlleva a quejas, reclamos y en algunas ocasiones cancelaciones de los pedidos.

Con la correcta utilización de todas las herramientas en el sistema de gestión de calidad, se buscara beneficiar tanto el cliente interno como externo siendo eficaz la interrelación con el mercado y subsanando todas las necesidades puntuales de los clientes, esto se podrá lograr en gran medida una vez que se hayan evidenciado los causales de cada una de las quejas, reclamos y devoluciones involucrados en servicio y especificaciones del producto.

5.1 MARCO TEORICO

La evolución de la gestión de la calidad desde una perspectiva muy centrada en la producción hasta las perspectivas que integran la dimensión del mercado, ha tenido como consecuencia el dar cada vez mayor importancia a la satisfacción de las expectativas de los clientes, como eje principal y principio básico de la calidad, en este sentido un producto o servicio será de calidad cuando satisfaga o excede las expectativas del cliente¹.

¹ PERIS, Fernando; MORENO Maria D. y GONZALES Thomas. Gestión de la calidad y diseño de organizaciones: Concepto de la calidad y dimensiones que lo componen. Colombia: Editorial Prentice Hall, 2000. p. 9.

El aseguramiento de la calidad es un concepto que ha estado vigente por muchos años en la industria de Japón para asegurar la satisfacción de los clientes, un sistema de gestión de calidad es un elemento básico para la obtención de la calidad total. Es un sistema controlado y documentado de procedimientos, esta diseñado para asegurarse de que solo se sirve a los clientes tanto internos como externos, productos y los servicios que se ajusten a sus necesidades.

La norma ISO 9001, mejora los aspectos organizativos de una empresa, que es un grupo social formado por individuos que interaccionan.

Sin calidad técnica, no es posible producir en el competitivo mercado presente. Y una mala organización, genera un producto de deficiente calidad que no sigue las especificaciones de la dirección.

El supuesto de que la calidad técnica esta incluida dentro de la ISO 9001 propone unos sencillos principios para mejorar la calidad final del producto mediante mejoras en la organización de la empresa que a todos benefician.

La mejora continua en un beneficio de la calidad final del producto, y de la satisfacción del consumidor. Que es lo que pretende quien adopta la norma como guía de desarrollo empresarial

La alta competencia, elevadísima y difundida capacidad tecnológica de las empresas, logran los más altos estándares de producción al nivel de la totalidad del sistema productivo.

La igualdad en calidad técnica de los productos, y la igualdad técnica de las empresas y organizaciones, difícilmente superable por los tradicionales métodos tecnológicos, han hecho que cada vez sea más difícil diferenciar los productos, y producir satisfacción en el consumidor.

La mejor forma de mejorar la producción con los medios materiales existentes, es optimizar la organización que maneja y gestiona los medios de producción como un todo siguiendo principios de liderazgo, participación e implicación, orientación hacia la gestión, el sistema de procesos que simplifica los problemas, el análisis de los datos incluyendo sobre todo al consumidor y la mejora continua, consiguen conocer y mejorar las capacidades de la organización. De este modo, es posible mejorar el producto de forma constante y satisfacer constantemente al cada vez más exigente consumidor.

Satisfacer al consumidor es el objetivo final de esta norma y de toda empresa que pretenda permanecer en el mercado.

Nuestro entorno cada vez más globalizado continúa demandando cambios. La velocidad exponencial con que nacen, compiten y mueren nuestras ideas, nos lleva a plantearnos la necesidad de gestionar las organizaciones de forma muy distinta a como históricamente lo hacíamos hace muy poco tiempo. Consecuencia de lo anterior es que se reconoce la necesidad de lograr que el personal que conforma a las organizaciones, acepte invertir todo su talento en la organización, con un alto nivel de participación y requiriendo de la alta dirección correspondencia hacia ese esfuerzo. En esta línea han surgido una serie de modelos de gestión que reconocen el valor del conocimiento y pretenden promoverlo, estructurarlo y hacerlo operativo o válido para las organizaciones y la sociedad.

“El modelo propuesto en la norma ISO 9001 en su versión del año 2000, es sin lugar a dudas, una evolución natural de las demandas de las organizaciones públicas y privadas para contar con herramientas de gestión más sólidas y efectivas para hacerse al incierto “ mar “ de la globalización y capitalizar sus esfuerzos”².

La satisfacción con el producto es un resultado que se obtiene cuando las características del producto corresponden a las necesidades del cliente, la satisfacción con el producto es un estímulo a la comercialización del mismo. Tiene su mayor repercusión sobre los ingresos por venta obtenidos gracias a la satisfacción del cliente.

De acuerdo a los cambios en las normas ISO 9000:2000, fueron muy representativos en cuanto a los principios básicos de la Gestión de la Calidad. Una vez que surge la idea de llevar a cabo todo un proceso de trabajo que conducirá a la certificación internacional, es necesario enfocarse primeramente en los principios que rigen la norma ISO 9001, ya que son considerados como la base de todo un proceso de cambios. Los requisitos de la norma ISO 9000:2000 son flexibles y algunos de ellos se pueden omitir dependiendo de las necesidades o características de cada organización. Dentro de este trabajo se ha buscado una forma clara de dar a conocer todo un proceso que va desde una idea hasta el reconocimiento internacional para una empresa, organización, institución etc. Por ello, en este capítulo se introducen los principios de la gestión de la calidad como requisitos, aclarando por supuesto que son solo los principios de la Gestión de la Calidad.

La experiencia acumulada por la implementación de las normas ISO 9000 en cientos de miles de organizaciones en todo el mundo indican la necesidad de mejorarlas, hacerlas más amigables sobre todo para la pequeña y mediana empresa. Dicha experiencia ha mostrado que los resultados deseados se

² JURAN, J.M. Jurán y el liderazgo para la calidad. Madrid: 2001 Juran , J.M. , Ediciones Diaz de Santos, 2001, p. 16.

alcancen más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso. En consecuencia uno de los caminos para lograr la mejora fue adoptar un sistema de gestión con un enfoque de procesos para lo cual se requirió desarrollar un modelo"

5.2 MARCO ANTROPOLÓGICO- FILOSÓFICO

Siendo consciente de que el mundo moderno sigue cambiando por los avances tecnológicos y demás que exige a la sociedad respuestas rápidas y continuas, la empresa G & J Ferreterías S.A., ha asumido este cambio con toda la responsabilidad social y civil, que necesita la comercialización de nuestros productos, fundamentados en esto nos apoyamos en el sistema de gestión de calidad con base en la ISO 9001: Versión 2000, donde claramente existen unos procesos y procedimientos documentados, herramientas que nos dan de hecho las respuestas necesarias para cumplir al mercado y a la necesidad puntual de cada uno de los integrantes de nuestra organización y de nuestro entorno regional.

Una vez direccionados por alta gerencia es mi deber social aportar, apoyar, controlar y especificar todas las mejoras que vea necesarias dentro de este procedimiento, aprovechando toda la facultad teórica de la cual he sido beneficiada donde aportare todos estos conocimientos por un bien común, el cual es la plena satisfacción del cliente interno y externo.

Al implementar este proceso de seguimiento y medición interna (personal), me daré cuenta de que tan potencial y relevante es darle la importancia a la mutua colaboración entre organización y mercado y con esto mi crecimiento laboral y personal, para que con este fin poder entregar todo lo que esté a mi alcance administrativo y solucionar todos los inconvenientes mencionados.

5.3 MARCO CONCEPTUAL

Con el propósito de unificar el significado de algunos términos mencionados en la presente pasantía empresarial, a continuación las palabras más usadas con su significado:

ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD: es la actividad que la empresa realiza para darles partes externa (clientes, organismo reguladores) como confianza de que la organización cumplirá constantemente los requisitos relativos a la calidad.

SISTEMA DE CALIDAD: la estructura organizacional, los procedimientos, los procesos y los recursos necesarios para implementar la administración de la calidad.

ISO 9001: elaborada por la Organización Internacional para la Estandarización, especifica los requisitos para un **sistema de gestión de la calidad** que pueden utilizarse para su aplicación interna por las organizaciones, para certificación o con fines contractuales

EL SISTEMA DE CALIDAD: para certificación de una empresa que desea obtener un certificado de calidad ICONTEC para uno o más productos, con respecto a los requisitos establecidos en un referencial (Norma Técnica, Resolución, Reglamento o Especificación Técnica) bajo un sistema de calidad, que brinde absoluta confianza sobre el cumplimiento permanente de los requisitos especificados.

LA IMPLEMENTACIÓN: de un sistema de gestión de calidad (SGC) basado en la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes, con el objeto de incrementar su confianza e involucrando a los proveedores de la empresa en la creación de un sistema de calidad cuyo beneficios sean tangibles, se convierte en una herramienta poderosa de gestión administrativa para las organizaciones.

ORGANIZACIÓN: una compañía, corporación, firma, empresa o institución, o partes de las misma constituidas, pública o privada que tiene sus propias funciones y su propia administración.

PROCESO: un conjunto de recursos y actividades interrelacionadas que transforma entradas en salidas.

ACTIVIDAD: conjunto de tareas agrupadas, normalmente, en un procedimiento para facilitar su gestión. La secuencia jerarquizada y ordenada de actividades da como resultado un subproceso o un proceso. Normalmente se desarrolla en un departamento o función.

PROCEDIMIENTO: forma concreta de realizar una actividad. Los procedimientos se expresan en documentos que contienen el objeto y el campo de aplicación de una actividad; qué debe hacerse y quién debe hacerlo.

CALIDAD: totalidad de las características de una entidad que le otorgan su aptitud para satisfacer las necesidades explícita o implícitas.

CLIENTES: beneficiario de un producto o servicio suministrado por un emisor del mismo.

GESTIÓN: conjunto de actividades de dirección y *administración* de una empresa. La gestión de las pequeñas firmas estuvo siempre directamente asociada a la propiedad pero, con el crecimiento de las empresas contemporáneas, ella se ha convertido en un vasto agregado de tareas que desempeña un cuerpo de empleados especializados, generalmente de alta preparación.

ESTRATEGIA: puede definirse como la mejor forma de alcanzar los objetivos buscados al inicio de una situación conflictiva.

UNES: unidad de negocios eficiente y sostenible.

5.4 MARCO CONTEXTUAL

La presente práctica tendrá como objetivo llevarse a cabo en la empresa G Y J FERRETERIAS S.A. y el tiempo de la práctica será un periodo de 5 meses desde Abril de 2008 hasta Agosto del 2008. G Y J FERRETERIAS S.A. fue constituida el 29 de mayo de 1991, mediante la escritura publica No.2940, otorgada en la notaria primera de la ciudad de Bogotá, departamento de Cundinamarca. Su última reforma se dio con escritura pública No.3252 del 26 de diciembre de 2007, donde absorbe a las sociedades COMERCIAL G Y J S.A. e HIDELPA PAIS DEL HIERRO S.A. su vigencia fiscal va hasta el 31 de diciembre de 2020 perteneciente al sector ferretero dedicada a la distribución y comercialización de productos de acero, ubicada en la Carrera 30 No. 10-150 Arroyo hondo.

Misión Trabajamos a nivel nacional buscando la excelencia en la comercialización y transformación de productos y servicios, dirigidos a la industria de la construcción, la metalmecánica, y el agro; contribuyendo de esta manera al bienestar y desarrollo de la sociedad

Visión metalmecánica, alcanzando una participación del 15% en el mercado Colombiano.

Valores Generaremos el mayor valor a nuestros clientes internos y externos, proveedores y accionistas.

VALORES Compromiso, Respeto, Honestidad

PRINCIPIOS Confianza Trabajo en equipo Comunicación

Política de Calidad Nos comprometemos a satisfacer los requisitos establecidos y acordados con la Industria de la Construcción, Empresas del Sector Metalmecánica y Agro, y demás partes interesadas, comprometiéndonos con el mejoramiento continuo del Talento Humano, de los Procesos y de nuestro Sistema Empresarial.

Nuestra Gente y el compromiso social Para hacer de GYJ Ferreterías la Empresa más admirada de Colombia, tratamos a los empleados con justicia y calidad, fomentamos el trabajo en equipo, maximizamos la satisfacción de

nuestros clientes, brindamos los recursos necesarios, tomando iniciativa, fomentando la innovación, aprovechando la creatividad y recompensando los desempeños superiores de nuestro equipo altamente profesionalizado y tecnificado participará activamente de los resultados.

Infraestructura y solidez: Código del buen gobierno. G&J adoptará un código de buen gobierno que le permita garantizar la promoción y consolidación de una Empresa confiable, transparente y responsable, conformada por una Junta Directiva con miembros no funcionarios y terceros de las más altas calidades especialistas en sus áreas, que apoyen y acompañen el logro de este proyecto; asegurando que las acciones tomadas por la mayoría de accionistas se ejecuten.

Actualmente G Y J FERRETERIAS S.A. cuenta con una estructura organizacional que le permite continuar actuando en el ámbito nacional con productos para el agro, la industria, la metalmecánica y el comercio.

Algunas de las firmas a las cuales se le distribuye los productos son las siguientes:

- MANUELITA S.A.
- INCAUCA S.A.
- MAYAGUEZ S.A.
- SMURFITT CARTOON DE COLOMBIA S.A.
- INAGROMECANICA DEL CAUCA S.A.
- CONSTRUCTORA MELENDEZ S.A.
- CONSTRUCTORA ALPES S.A.
- URBANIZADORA CASTILLO
- SIDERURGICA DEL PACIFICO S.A.
- SIDOC S.A.
- CONSTRUCTORA BOLIVAR S.A.

Esto demuestra la importancia de G Y J FERRETERIAS S.A. dentro del mercado nacional, impulsando el crecimiento del mercado, la estabilidad laboral, la expansión en la construcción, la revitalización del acero en la metalmecánica y en el agro, siendo fuente de productos certificados de alta confiabilidad en el medio.

6. METODOLOGÍA

Es una investigación de una variable cualitativa porque se hace una actividad de seguimiento al proceso de verificación, en el cual se hará el levantamiento de la información requerida en cada proceso, identificación y definición de cada uno de los procesos a evaluar, Recepcionar y canalizar toda la información realizada en los puntos presenciales, coordinando la evaluación del clima, diseño y desarrollo de los documentos necesarios en cada proceso a medir.

Después analizar los diferentes procesos de la empresa, respecto al cumplimiento de cada uno de los elementos del sistema de calidad definidos en la norma para el proceso de ventas.

Se basa en recibir los informes diarios, estadísticos diarios, y visitas a los puntos del mercado, de acuerdo al planeador establecido, para desarrollar la documentación y su seguimiento con el líder de proyecto y las personas involucradas en la función del proyecto. En este lapso de tiempo se trabajará sobre las pautas de trabajo ya establecidas, con sus respectivas tareas y responsabilidades sobre los procesos adelantados por la empresa.

La documentación y tareas se revisan todos los días de manera personalizada y apoyados cuando sea necesario en Internet, con el fin de garantizar el funcionamiento de los procesos de la empresa y su desarrollo, dando así los resultados previstos con este trabajo de apoyo administrativo en el proceso de ventas y fundamentados en el sistemas de gestión de calidad con la documentación específica del sistema de calidad.

7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla 1. Cronograma de Actividades

ISO 9001 G & J FERRETERIAS S.A.	Mayo				Junio			Julio			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3
1. Definir un cronograma de actividades.	*										
2. Iniciar capacitaciones en norma ISO 9001: Versión 2000, aplicada QUEJAS Y RECLAMOS		*	*								
3. Evaluar la inducción y conocimiento adquiridos.				*							
4. Seguimiento, medición y verificación					*	*					
5. Evaluar, calificar, generar planes de acción.								*			
6. Evaluación, planes de acción.									*		
7. Capacitaciones en la medida que sea necesaria a los procesos soporte.											
8. Realizar análisis estadístico de Indicadores de Gestión y sus resultados.					*					*	
9. Verificar cumplimiento del cronograma de trabajo.											*
10. Revalidación planes de acción estratégico frente a planes de choque necesario.											*

7.1. PRESUPUESTO (\$ MILES DE PESOS)

Tabla 2. Presupuesto para el proyecto

ISO 9001.G & J FERRETERIAS S.A.	Mayo				Junio				Julio			
	S1	S2	S3	S4		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3
1. Definir un cronograma de actividades.	20	20	20	20	20		20	20	20	20	20	20
2. Iniciar capacitaciones en norma ISO 9001: Versión 2000, aplicada QUEJAS Y RECLAMOS	80	80	80	80	80		80	80	80	80	80	80
3. Evaluar la inducción y conocimiento adquiridos.	70	70	70	70	70		70	70	70	70	70	70
4. Seguimiento, medición y verificación	50	50	50	50	50		50	50	50	50	50	50
5. Evaluar, calificar, generar planes de acción.	65	65	65	65	65		65	65	65	65	65	65
6. Evaluación, planes de acción.	50	50	50	50	50		50	50	50	50	50	50
7. Capacitaciones en la medida que sea necesaria a los procesos soporte.	100	100	100	100	100		100	100	100	100	100	100
8. Realizar análisis estadístico de Indicadores de Gestión y sus resultados.	70	70	70	70	70		70	70	70	70	70	70
9. Verificar cumplimiento del cronograma de trabajo.	80	80	80	80	80		80	80	80	80	80	80
10. Revalidación planes de acción estratégico frente a planes de cheque necesario.	100	100	100	100	100		100	100	100	100	100	100

TOTALES \$ 7.535

685 685 685 685 685 685 685 685 685 685 685 685

8. DESARROLLO PROYECTO

8.1. OBJETIVO 1

“Utilizar los soportes documentados como históricos referentes a quejas y reclamos registrados en la Unes Calle 12 aplicados a los problemas administrativos presentados en la Unes Carrera 30.”

A continuación se relaciona los indicadores de quejas y reclamos tanto en la Unes Calle 12 como en la Unes Carrera 30, donde se especifica el numero y la causa de cada una de las quejas y reclamos, y se evidencia el comparativo entre cada uno de los ítems a fin de identificar el mayor numero de causales entre cada Unes y así eliminar, la causa potencial de las mismas:

➤ Reporte de quejas y reclamos de Unes Calle 12 Primer semestre 2008.

Tabla 3. Relación quejas y reclamos primer semestre calle 12

MES	PRODUCTO	SERVICIO	TOTAL
ENERO	0	2	2
FEBRERO	0	2	2
MARZO	1	0	1
ABRIL	3	0	3
MAYO	1	2	3
JUNIO	1	2	3
TOTAL	6	8	14

De acuerdo a esta matriz observamos que en la Unes Calle 12, hay un incremento notable de las quejas por producto en el mes de abril, ya que en los meses restantes se sostuvo la tasa en una queja (Marzo , mayo, junio), (Enero, Febrero) no hubo quejas por producto, con esto notamos que hay deficiencia tanto en comercio exterior, como en compras nacionales a nuestros proveedores, porque no identificamos el no cumplimiento de las especificaciones del producto al momento del ingreso del material, en este caso en el mes de abril donde no hubo una clara comunicación entre nuestros clientes y el departamento de comercio exterior de GYJ FERRETERIAS S.A., donde se solicito un material el cual no cumplía con las especificaciones finales necesarias.

También podemos notar que las quejas de servicio se sostienen generadas por incumplimientos en procedimientos establecidos tanto en los procesos de ventas como en logística, clara muestra de fallas en la forma.

Tabla 4. Reporte de quejas y reclamos Febrero

REPORTE DE QUEJAS Y RECLAMOS																	
MES		FEBRERO															
FECHA	CLIENTE	NÚMERO DOCUMENTO DE REFERENCIA	FUENTE			TIPO DE RECLAMO							ACCIÓN TOMADA	RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	FECHA DE ACCIÓN	REGISTRO DE LA ACCIÓN	VERIFICACIÓN
			ESCRITO	TELEFONICO	PERSONAL	DEFECTO PRODUCTO	DIFERENCIA CANTIDADES	DIFERENCIA DE PRECIO	REFERENCIA EQUIVOCADA	SERVICIO	OPORTUNIDAD DE ENTREGA	CERTIFICADOS DE CALIDAD					
2 de Febrero del 2008	Constructora Melendez LAGOS DEL POLO	CARTILLA 1838	X				X			X			Enviar la varilla de 7/8 x 6 metros que hizo falta. Enviar carta de disculpa al cliente	GUSTAVO GUTIERRE Z	4 de Febrero del 2008	Q Y R SERVICIO	JOHN CASTRO. OK
19 de Febrero del 2008	TABLEROS Y TABLEROS	431408	X							X	X	Se anula el pedido porque no se despacho a tiempo ya que el precio de la CR bajo y era necesario evacuar los pedidos	GUSTAVO GUTIERRE Z		Febrero 20 del 2008	Q Y R SERVICIO	JOHN CASTRO. OK

Las evaluaciones de servicio con calificación < 3 en cualquier ítem y las observaciones negativas de los rúters de despachos deben ser registradas como reclamo

Fuente: Manual de calidad. G Y J Ferreterías S.A Empresas de Acero. Bogotá. 2008. 1 Archivo de computador.

Tabla 5. Reporte de quejas y reclamos Marzo.

REPORTE DE QUEJAS Y RECLAMOS																		
MES		MARZO																
FECHA	CLIENTE	NÚMERO DOCUMENTO DE REFERENCIA	FUENTE			TIPO DE RECLAMO								ACCIÓN TOMADA	RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	FECHA DE ACCIÓN	REGISTRO DE LA ACCIÓN	VERIFICACIÓN
			ESCRITO	TELEFONICO	PERSONAL	DEFECTO PRODUCTO	DIFERENCIA CANTIDADES	DIFERENCIA DE PRECIO	REFERENCIA EQUIVOCADA	SERVICIO	OPORTUNIDAD DE ENTREGA	CERTIFICADOS DE CALIDAD	OTROS (¿CUAL?)					
MARZO 12 DEL 2008	TECNOFUNDICIONES Y TORNILLOS DEL VALLE	MEMORANDO INTERNO	X			X								PROGRAMAR VISITA AL CLIENTE. ENVIAR CARTA DE DISCULPA Y DILIGENCIAR QUEJA AL PROVEEDOR . LA QUEJA NO CONCUERDA CON EL MATERIAL DESPACHADO	JOHN CASTRO	Abril 2 del 2008	Q Y R PRODUCTO	OK

Las evaluaciones de servicio con calificación < 3 en cualquier ítem y las observaciones negativas de los rúbricos de despachos deben ser registradas como reclamo

Fuente: Manual de calidad. G Y J Ferreterías S.A Empresas de Acero. Bogotá. 2008. 1 Archivo de computador.

Tabla 6. Reporte de quejas y reclamos Abril.

REPORTE DE QUEJAS Y RECLAMOS																		
MES		ABRIL																
FECHA	CLIENTE	NÚMERO DOCUMENTO DE REFERENCIA	FUENTE			TIPO DE RECLAMO								ACCIÓN TOMADA	RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	FECHA DE ACCIÓN	REGISTRO DE LA ACCIÓN	VERIFICACIÓN
			ESCRITO	TELEFONICO	PERSONAL	DEFECTO PRODUCTO	DIFERENCIA CANTIDADES	DIFERENCIA DE PRECIO	REFERENCIA EQUIVOCADA	SERVICIO	OPORTUNIDAD DE ENTREGA	CERTIFICADOS DE CALIDAD	OTROS (¿CUAL?)					
1 de Abril del 2008	TECNIFUNDICIONES DEL VALLE	MEMORAND O INTERNO	X	X		X							El alamb ron presenta problemas en el producto terminado	HACER RECLAMACION AL PROVEEDORY SOLICITAR VISITA TECNICA DEL REPRESENTANTE DE SIDOR. SE REGISTRA AC.	JOHN CASTRO	2 de Mayo del 2008	Q Y R PRODUCTO	JOHN CASTRO
1 de Abril del 2008	INDUSTRIAS GOLD	MEMORAND O INTERNO	X	X		X							La queja se registra por igual ya que Ind Gold trefila el material para Tecnifundicio nes del valle. Mismo material	HACER RECLAMACION AL PROVEEDORY SOLICITAR VISITA TECNICA DEL REPRESENTANTE DE SIDOR. SE REGISTRA AC.	JOHN CASTRO	2 de Mayo del 2008	Q Y R PRODUCTO	JOHN CASTRO
1 de Abril del 2008	GAVILAN LTDA	MEMORAND O INTERNO	X	X		X								HACER RECLAMACION AL PROVEEDORY SOLICITAR VISITA TECNICA DEL REPRESENTANTE DE SIDOR. SE REGISTRA AC.	JOHN CASTRO	2 de Mayo del 2008	Q Y R PRODUCTO	JOHN CASTRO
1 de Abril del 2008																		
JOHN CASTRO JOHN CASTRO JOHN CASTRO																		

Las evaluaciones de servicio con calificación < 3 en cualquier ítem y las observaciones negativas de los rúters de despachos deben ser registradas como reclamo

Fuente: Manual de calidad. G Y J Ferreterías S.A Empresas de Acero. Bogotá. 2008. 1 Archivo de computador.

Tabla 7. Reporte de quejas y reclamos Mayo.

REPORTE DE QUEJAS Y RECLAMOS																		
MES	MAYO																	
FECHA	CLIENTE	NÚMERO DOCUMENTO DE REFERENCIA	FUENTE			TIPO DE RECLAMO							ACCIÓN TOMADA	RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	FECHA DE ACCIÓN	REGISTRO DE LA ACCIÓN	VERIFICACIÓN	
			ESCRITO	TELEFONICO	PERSONAL	DEFECTO PRODUCTO	DIFERENCIA CANTIDADES	DIFERENCIA DE PRECIO	REFERENCIA EQUIVOCADA	SERVICIO	OPORTUNIDAD DE ENTREGA	CERTIFICADOS DE CALIDAD						OTROS (¿CUAL?)
15/05/2008	FERRETERIA CYRGO	DEVOLUCION 371917	X				X							SE REGISTRA LA DEVOLUCION . Y SE EVIDENCIA QUE ES POR DIFERENCIA DE BASCULA	GUSTAVO GUTIERREZ	14/05/2008	Q Y R SERVICIO	JOHN CASTRO
28/05/2008	DIAL LTDA	MEMORANDO INTERNO	X			X								SE REGISTRA LA ACCION CORRECTIVA Y SE AUTORIZA EL CAMBIO DE LAS LAMINAS	JOHN CASTRO	28/05/2008	Q Y R SERVICIO	JOHN CASTRO
16/05/2008	FERRETERIA CYRGO	DEVOLUCION 371929	X					X						SE REGISTRA LA CCION CORRECTIVA Y SE FACTURA NUEVAMENTE. SE HACE ENTREGA DEL MATERIAL				

Las evaluaciones de servicio con calificación < 3 en cualquier ítem y las observaciones negativas de los rúters de despachos deben ser registradas como reclamo

* ESTE ES UN FORMATO TOMADO DEL MANUAL DE CALIDAD INCLUIDO A SOLICITUD DE LA COORDINADORA DE CALIDAD PARA FACILITAR EL REPORTE MENSUAL Y EN NINGUN CASO REEMPLAZA LA VERSION ORIGINAL.

Fuente: Manual de calidad. G Y J Ferreterías S.A Empresas de Acero. Bogotá. 2008. 1 Archivo de computador.

Tabla 8. Reporte de quejas y reclamos Junio.

REPORTE DE QUEJAS Y RECLAMOS																		
MES		JUNIO																
FECHA	CLIENTE	NÚMERO DOCUMENTO DE REFERENCIA	FUENTE			TIPO DE RECLAMO								ACCIÓN TOMADA	RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	FECHA DE ACCIÓN	REGISTRO DE LA ACCIÓN	VERIFICACION
			ESCRITO	TELEFONICO	PERSONAL	DEFECTO PRODUCTO	DIFERENCIA CANTIDADES	DIFERENCIA DE PRECIO	REFERENCIA EQUIVOCADA	SERVICIO	OPORTUNIDAD DE ENTREGA	CERTIFICADOS DE CALIDAD	OTROS (¿CUAL?)					
Junio 11 del 2008	FERRETRIA PAVA	DV 371959	X	X				X	X				EL CLIENTE ACCEDE A RECIBIR EL MATERIAL. SEGUIMIENTO A.C. NO CUMPLE PROCEDEMIENTO DE VENTAS.	GUSTAVO GUTIERREZ	Junio 12 del 2008	QYR SERVICIO	JOHN CASTRO. OK	
Junio18 del 2008	REYDIN	DV 371969		X		X							SE CAMBIA EL MATERIAL, Y SE SOLICITA INGRESO AL LISTADO *** PNC. SE MARCA Y SEPARAN LAS VIGAS	GUSTAVO GUTIERREZ	Junio 20 del 2008	Q YR PRODUCTO	JOHN CASTRO. OK	
Junio 19 del 2008	MALLAS AGROINDUSTRIALES DE YUMBO	DV 371971-371972		X								EL CLIENTE ASEGURA QUE LA CALAIDAD DE LA TUBERIA COLMENA NO ES LA QUE EL REQUIERE PARA SU NECESIDAD.	SE SOLICITA VISITA TECNICA AL SEÑOR JOSE PABLO ZULUAGA ASESOR COMERCIAL Y TECNICO DE COLMENA SA.	JOHN CASTRO	Junio 26 del 2008	Q YR PRODUCTO	JOHN CASTRO. OK	
Junio 27 del 2008	ACEROS Y LAMINAS DEL VALLE	FRA 37003860	X				X					PRESENTA QUEJA DE 9 KILOS EN UNA FACTURA DE 4197 KILOS DE CHIPA DE 3/8	SE VERIFICA QUE ES DIFERENCIA DE BASCULA DEL CLIENTE, SE ENVIA REGISTRO DE CALIBRACION DE NUESTRA BASCULA	GUSTAVO GUTIERREZ	Junio 27 del 2008	Q Y R SERVICIO	JOHN CASTRO. OK.	

Las evaluaciones de servicio con calificación < 3 en cualquier ítem y las observaciones negativas de los ruterios de despachos deben ser registradas como reclamo

* ESTE ES UN FORMATO TOMADO DEL MANUAL DE CALIDAD INCLUIDO A SOLICITUD DE LA COORDINADORA DE CALIDAD PARA FACILITAR EL REPORTE MENSUAL Y EN NINGUN CASO REEMPLAZA LA VERSION ORIGINAL.

Fuente: Manual de calidad. G Y J Ferreterías S.A Empresas de Acero. Bogotá. 2008. 1 Archivo de computador.

➤ Reporte de quejas y reclamos de la Unes Carrera 30 de Marzo- Abril- Mayo y Junio de 2008

Tabla 9. Relación quejas y reclamos primer semestre carrera 30

MES	PRODUCTO	SERVICIO	TOTAL
MARZO	2	0	2
ABRIL	0	2	2
MAYO	3	1	4
JUNIO	0	2	2
TOTAL	5	5	10

Observamos de acuerdo a esta matriz que haciendo un análisis de marzo a junio de 2008, encontramos totales tanto en quejas y reclamos por producto y por servicio, y el comportamiento no tiene ninguna variación.

Tabla 10. Relación quejas y reclamos mes de marzo carrera 30

REPORTES DE QUEJAS Y RECLAMOS														
MES	MARZO													
FECHA	CLIENTE	NÚMERO DOCUMENTO DE REFERENCIA	FUENTE			TIPO DE RECLAMO								ACCIÓN TOMADA
			ESCRITO	ORAL	RECLAMO	DEFECTOS	DEFECTOS	DEFECTOS	DEFECTOS	DEFECTOS	DEFECTOS	DEFECTOS	OTROS (¿CUAL ?)	
17 de Marzo del 2008	SMURFIT CARTON DE COLOMBIA	Devolucion 513167	x			x								Se registra la devolucion y se cambia el material. Se envia carta de disculpa al cliente.
31 de Marzo del 2008	INDUVEC LTDA	Devolucion 513172 - 513174	x			x								Se registra la devolucion. El cliente no recibe el cambio del material



Fuente: Manual de calidad. G Y J Ferreterías S.A Empresas de Acero. Bogotá. 2008. 1 Archivo de computador.

Tabla 11. Relación quejas y reclamos mes de Abril carrera 30

REPORTE DE QUEJAS Y RECLAMOS																	
MES		Abr-08															
FECHA	CLIENTE	NÚMERO DOCUMENTO DE REFERENCIA	FUENTE			TIPO DE RECLAMO							ACCIÓN TOMADA	RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	FECHA DE ACCIÓN	REGISTRO DE LA ACCIÓN	VERIFICACIÓN
			ESCRITO	TELÉFONICO	PERSONAL	DEFECTO PRODUCTO	DIFERENCIA CANTIDADES	DIFERENCIA DE PRECIO	REFERENCIA EQUIVOCADA	SERVICIO	OPORTUNIDAD DE ENTREGA	CERTIFICADOS DE CALIDAD					
Abril 22 del 2008	Multipartes de Colombia	Fra 51000966 Fra 510001095	x									x	ELABORAR A.C. A LOGISTICA Y DISTRIBUCION UNES CARRERA 30, ENVIAR CARTA DE DISCULPA AL CLIENTE Y ENVIAR LOS CERTIFICADOS DE CALIDAD DE MANERA INMEDIATA	MARY MAHECHA	ABRIL 23 DEL 2008	Q Y R SERVICIO	JOHN E. CASTRO



Fuente: Manual de calidad. G Y J Ferreterías S.A Empresas de Acero. Bogotá. 2008. 1 Archivo de computador.

Tabla 12. Relación quejas y reclamos mes de Mayo carrera 30

														REPORTE DE QUEJAS Y RECLAMOS														
MES				Mayo del 2008																								
FECHA	CLIENTE	NUMERO DOCUMENTO DE REFERENCIA	FUENTE			TIPO DE RECLAMO								ACCION TOMADA	RESPONSABLE DE LA ACCION	FECHA DE ACCION												
			RECIBO	TELEFONO	REDIPIAL	RECLAMO PRODUCTO	RECLAMO MATERIALES	RECLAMO IDENTIFICACION	RECLAMO IDENTIFICACION	RECLAMO IDENTIFICACION	RECLAMO IDENTIFICACION	RECLAMO IDENTIFICACION	RECLAMO IDENTIFICACION				RECLAMO IDENTIFICACION	RECLAMO IDENTIFICACION	RECLAMO IDENTIFICACION	RECLAMO IDENTIFICACION								
20/05/2008	DITE SA	MEMORANDO INTERNO	X			X											SE EVIDENCIA LA RECLAMACION Y SE SOLICITA CARTA DE NO CONFORMIDAD POR PARTE DEL CLIENTE. SE AUTORIZA CAMBIO DE LA LAMINA.	MARY MAHECHA	27/05/2008									
19/05/2008	COIN LTDA	CARTA DE RECLAMACION	X	X											X		SE SOLICITAN LOS CERTIFICADOS DE CALIDAD A COORDINACION DE CALIDAD BOGOTA, YA QUE ESTA MERCANCIA LLEGO EN EL 2007 DONDE NO HABIA PROCEDIMIENTO DE TRAZABILIDAD	MARY MAHECHA, JOHN ENRIQUE CASTRO	21/05/2008									

Fuente: Manual de calidad. G Y J Ferreterías S.A Empresas de Acero. Bogotá. 2008. 1 Archivo de computador.

Tabla 13. Relación quejas y reclamos mes de Junio carrera 30

<div><div></div><div>REPORTE DE QUEJAS Y RECLAMOS</div><div></div></div>																		
MES		JUNIO del 2008																
FECHA	CLIENTE	NÚMERO DOCUMENTO DE REFERENCIA	FUENTE			TIPO DE RECLAMO							ACCIÓN TOMADA	RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	FECHA DE ACCIÓN	REGISTRO DE LA ACCIÓN	VERIFICACIÓN	
			ESCRITO	TELÉFONO	PERSONAL	DIFERENCIA PRODUCTO	DIFERENCIA CANTIDADES	DIFERENCIA DE PRECIO	DIFERENCIA DE CALIDAD	SERVICIO	CORTESÍA DE ENTREGA	CERTIFICADOS DE CALIDAD						OTROS (¿CUA L?)
Junio 3 del 2008	REYDIN LTDA	DEV 513216		X					X		X			SE HACE SEGUIMIENTO A.C. INCUMPLIMIENTO DEL PROCEDIMIENTO DE VENTAS. SE CAMBIA EL PEDIDO EL CLIENTE LLEVA LA MERCANCIA	MARY MAHECHA	junio 6 del 2008	Q Y R SERVICIO	JOHN CASTRO OK
Junio 16 del 2008	FRANCIA SCO TAFUR	DEV 513222		X							X			SE HACE CAMBIO DE FACTURA YA QUE SE COBRO EL IVA DOBLE. EL CLIENTE LLEVA EL PRODUCTO	MARY MAHECHA	junio 16 del 2008	Q Y R SERVICIO	JOHN CASTRO OK

Fuente: Manual de calidad. G Y J Ferreterías S.A Empresas de Acero. Bogotá. 2008. 1 Archivo de computador.

➤ **Comparativo Unes calle 12 y carrera 30 quejas y reclamos**

**Tabla 14: Comparativo relación quejas y reclamos Mar. - Jun. año 2008
cra 30 vs calle 12.**

UNES	CRA 30		CALLE 12	
MES 2008	PRODUCTO	SERVICIO	PRODUCTO	SERVICIO
MARZO	2	0	1	0
ABRIL	0	2	3	0
MAYO	3	1	1	2
JUNIO	0	2	1	2
TOTALES	5	5	6	4

Haciendo una comparación de la Unes Calle 12 de la Figura No. 1 vs la Unes Carrera 30 de la Figura No. 2, vemos que en la Unes Carrera 30, hay un mayor número de quejas tanto por producto como por servicio porque tenemos diferencia de dos meses en el comparativo del primer semestre y vemos que los totales son muy similares.

8.2. OBJETIVO 2

- **“Identificar los procedimientos necesarios para que gestión de calidad influya de manera satisfactoria a favor del proceso de ventas.”**

A continuación relacionamos los procedimientos y sus registros aprobados por la organización en concordancia con la ISO 9001: Versión 2000, en nuestra actividad comercial.

Estos procedimientos se socializaron, es decir los dimos a conocer a todos y cada uno de los integrantes del proceso a fin de que los utilicen de la mejor manera con lo cual podemos asegurar que utilizados responsablemente podremos eliminar la mayor de cantidad de causales de quejas, reclamaciones y devoluciones

Grafico 1. Compras

LINEAMIENTOS *:					
<p>* Los gerentes son autónomos de sus compras siempre y cuando estén en ciclo, de lo contrario las compras se deben realizar con la autorización de la Gerencia Comercial a través de la Asistente de la Dirección Comercial.</p> <p>* Las negociaciones con anticipo <u>son</u> autorizadas por la gerencia comercial.</p> <p>* Las negociaciones especiales <u>son</u> para todo el grupo las realiza directamente la Presidencia.</p> <p>* Todas las compras se deben realizar con proveedores evaluados y aprobados.</p> <p>* Toda compra debe tener su respectivo orden de compra y el listado de existencias.</p> <p>* Los Certificados de Calidad de Importación se manejan en la Oficina de la Asistente de la Dirección Comercial.</p> <p>* El envío a tiempo de los pedidos internacionales se califica en el factor calidad.</p> <p>* El Gerente de cada UNES es responsable de realizar el seguimiento del material que sale del puerto adicional es responsable de realizar los cruces semanales de todos los despachos en cuanto a su estado o no completo.</p> <p>* La contratación de los fletes es responsabilidad de la Dirección de Compras y Logística.</p> <p>* Es función de la asistente de la Gerencia comercial mantener material stock en las bodegas satélite.</p> <p>* La verificación de cupos solamente se realiza por parte de la Dirección de Comercio Exterior en el caso de alambón.</p> <p>* A todo material que llegue en malas condiciones se le debe realizar el reclamo al proveedor ya sea Nacional o de Importación.</p> <p>* Las entradas de almacén se realizan el mismo día de la llegada del material y se envían a cuentas por pagar Filial.</p> <p>* Para las compras de cementos <u>no</u> se realiza la Programación se realiza consolidadamente: Es decir Cada Unes consolida sus pedidos dos veces al día una en la mañana y otra en la tarde en el formato asignado CO-R-9 y se envía por mail al correo servicios@unsa.com.co</p>					
IT	ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	DIAGRAMA	DOCUMENTO REGISTRO
1	INICIO				
2	PLANEAR COMPRAS	Se realiza control contra el inventario, programación de importaciones, presupuesto y comportamiento de ventas.	GERENTES UNES		Planeador mensual de compras CO-R-01
3	VERIFICAR REQUERIMIENTO	Se verifica según presupuestos e inventarios	GERENTES UNES		Planeador mensual de compras CO-R-01
4	¿COMPRA INTERNACIONAL?	Compras internacionales son aquellas compras que regulan la dirección de compras y logística y son provistas fuera del país.	GERENTES UNES		
5	REALIZAR PEDIDO	Los Gerentes de Unes realizan pedido e verificando el estado de existencias de la unes, lo envían a la Dirección de Compras y Logística	GERENTES UNES		Pedido para compras internacionales CO-R-03
6	CONSOLIDAR Y ENVIAR PEDIDO	La Dirección de compras y Logística consolida los pedidos de las UNES y los envía a dirección de Comercio exterior	DIRECCION DE COMPRAS Y LOGISTICA		Pedido para compras internacionales CO-R-03
7	VERIFICAR CUPOS	Verifica cupos de compra con los proveedores	DIRECTOR COMERCIO EXTERIOR		
8	AJUSTAR PEDIDO E INFORMAR A FILIAL	Ajustes de acuerdo al cupo y se informa a la filial el cupo otorgado	DIRECTOR COMERCIO EXTERIOR		
9	REALIZAR NEGOCIACIÓN	Se realiza negociación abierta, las cotizaciones la realiza Gerencia Comercial	GERENCIA COMERCIAL		
10	INFORMAR A FILIAL	Una vez enviado el requerimiento de material de la dirección de comercio exterior al proveedor, notificar a la dirección de compras y Logística sobre la orden de compra colocada al proveedor	DIRECTOR COMERCIO EXTERIOR		
IT	ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	DIAGRAMA	DOCUMENTO REGISTRO
11	CONTACTO SIA	Se realiza el contacto con la SIA para la Nacionalización de los productos y la respectiva documentación de cada importación.	DIRECCION DE COMPRAS Y LOGISTICA/ ASISTENTE DIRECCION COMERCIAL		
12	INFORMAR A UNES ASIGNACIÓN	Informar a Gerentes de UNES asignación y el flete autorizado y negociado por la asistente de dirección comercial. Una vez se notifica a las UNES, inmediatamente se debe comunicar al jefe de bodega (Responsable Gerente de UNES).	DIRECCION DE COMPRAS Y LOGISTICA/ ASISTENTE DIRECCION COMERCIAL		Instrucción de despacho CO-R-04 Certificados de calidad vía e-mail
13	ESTABLECER PROGRAMACIÓN DE ENVÍOS	Se realiza contacto con la Empresa Transportadora y los asistentes de puertos para coordinación de despachos.	ASISTENTE DE PUERTOS		
14	CARGUE DE MATERIAL EN PUERTOS	El asistente de puerto verifica el material cargado en cada mula y diligencia el reporte de Despacho de mercancías, para envío a las unes y dirección de Compras y Logística	ASISTENTE DE PUERTOS		Despacho de mercancía de puertos de importación CO-R-05
15	COMPRA NACIONAL	Para las compras Nacionales o de Plaza los gerentes son autónomos y pueden realizar la compra directamente siempre y cuando están en ciclo.	GERENTE UNES		
16	¿ES SERVICIO DE CORTE O MAQUILA?	Establecer la necesidad de realizar maquila	GERENTE UNES		
17	VERIFICAR MATERIAS PRIMAS EN BODEGAS SATELITES	Se realiza la verificación telefónicamente el inventario de materias primas en bodegas satélites	ASISTENTE DIRECCION COMERCIAL		
18	SUMINISTRAR MATERIA PRIMA AL PROVEEDOR*	Se suministra la materia prima al proveedor de maquila.	ASISTENTE DIRECCION COMERCIAL		
19	GENERAR Y ENVIAR ORDEN DE TRABAJO AL PROVEEDOR DE CORTE O MAQUILA	Se genera la orden de trabajo especificando los órdenes de aceptación, tipo de producto, cantidad, tiempo de entrega, lugar de entrega y se envía a la copia a la asistente de dirección comercial	GERENTE UNES		Orden de trabajo y producción CO-R-06
20	ORDEN DE COMPRA	Se realiza orden de compra fijando necesidades de material por referencia, cantidades, precios y fecha pactada de entrega, se debe entregar copia de esta orden al jefe de logística para que este planea la llegada de la mercancía y tenga soporte para la ve.	GERENTES UNES		Orden de Compra CO-R-06, Listado de existencias, Orden de compra consolidada cementos Argos CO-R-09
21	REALIZAR SEGUIMIENTO DE LA COMPRA	Realizar contacto con proveedor. Es importante tener en cuenta y hacerle seguimiento a los pedidos que no llegan, para solicitar le respectiva Nota Crédito e identificar a que factura se le aplica para que Contabilidad lo tenga presente.	GERENTES UNES		
22	RECEPCIÓN Y VERIFICACIÓN DE MATERIAL COMPRADO	Todo material que ingrese y afecte la calidad del producto, debe llegar con certificado de calidad de lo contrario se debe solicitar al proveedor, se realiza la verificación del material y se coloca el sello de verificación en la orden de compra o ent	JEFE DE LOGISTICA		Remisión, Certificado de Calidad, Orden de Compra, Despacho de mercancía de puertos de importación CO-R-05, Remesa de Transporte, Tiquete de báscula, Factura de compra, conocimiento de despacho, Sello verificación de mercancía - archivo seguimiento a des
IT	ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	DIAGRAMA	DOCUMENTO REGISTRO
23	CIERRE FISICO DE LA IMPORTACIÓN O COMPRA	Al llegar el material a las Unes se realiza el respectivo cierre de la importación o compra.	GERENTE UNES/ DIRECCION DE COMPRAS Y LOGISTICA		
24	EXISTE RECLAMACIÓN DE MATERIAL?	El jefe de Logística y los auxiliares al realizar las verificaciones de mercancía identifican el mal estado de este o las diferencias de cantidades o referencias.	JEFE DE LOGISTICA / AUXILIARES DE BODEGA		
25	REALIZAR LA RESPECTIVA RECLAMACIÓN AL PROVEEDOR	Se realiza la reclamación al proveedor enviando evidencias como fotografías, copia de la remesa, copia del certificado de calidad. El proveedor debe dar solución de acuerdo a la reclamación.	JEFE DE LOGISTICA/ AUXILIAR DE CALIDAD/ GERENTE		CO-R-02 Reclamación a proveedores/ Fotografías
26	ENTRADA DE ALMACÉN	Se realiza la respectiva entrada de almacén y se envía a cuentas por pagar Filial, en el caso de que haya P.N.C. se realiza la entrada y después se hace el traslado a segundas en el sistema y/o se realizan las respectivas notas al proveedor.	JEFE DE LOGISTICA		Entrada de Almacén CO-R-07
27	FIN				

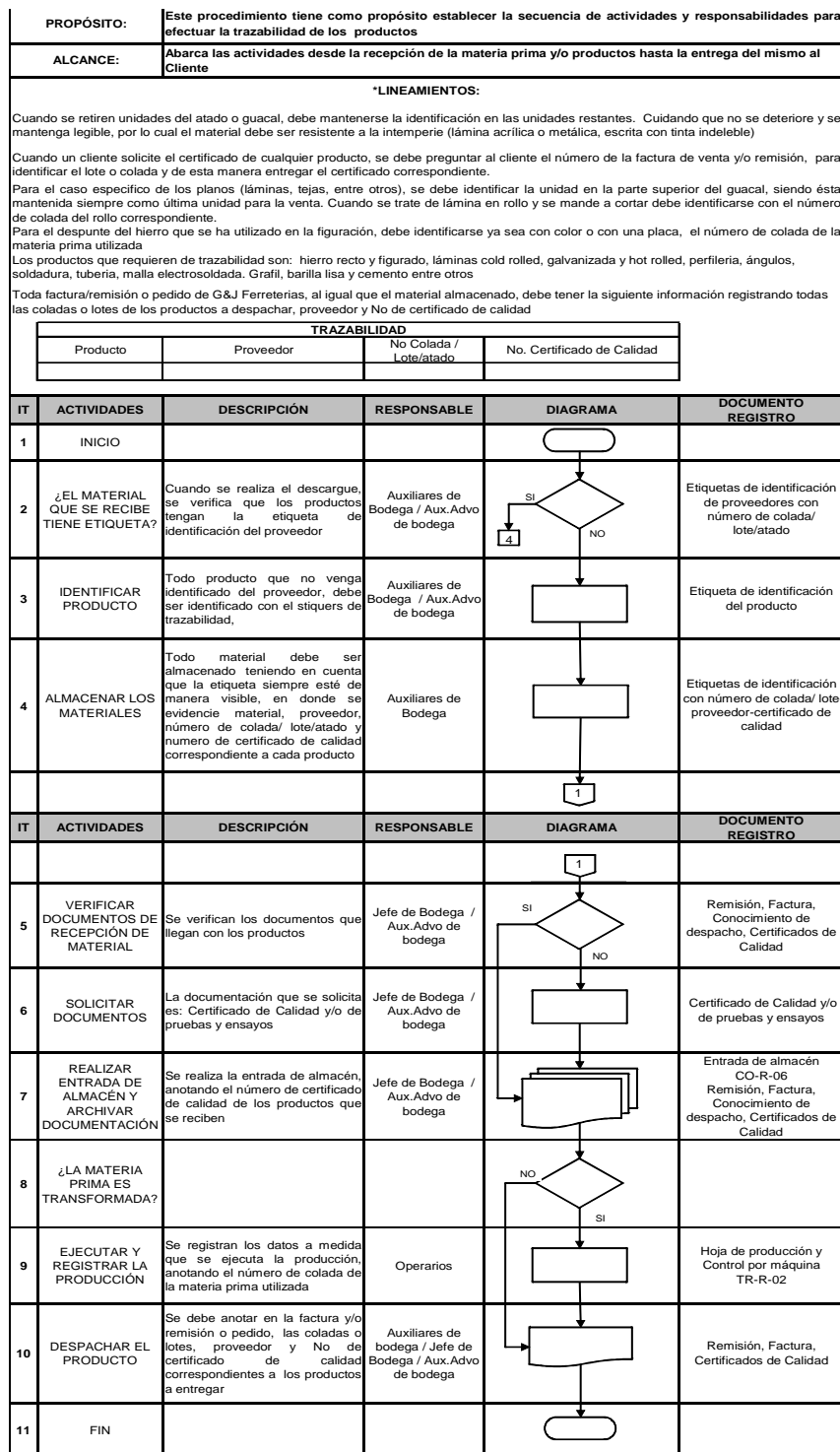
Fuente: Manual de calidad. G Y J Ferreterías S.A Empresas de Acero. Bogotá. 2008. 1 Archivo de computador.

Grafico 2. Procedimiento quejas y reclamos

PROPÓSITO:		Este procedimiento tiene como propósito dictar los lineamientos a seguir para el tratamiento de quejas y reclamos de los clientes			
ALCANCE:		Abarca todas las actividades de: Recepcion de la queja, analisis, toma de acciones y seguimiento			
LINEAMIENTOS*:					
* Las quejas o reclamos pueden ser por medio telefonico, personal o por la evaluacion de calidad del servicio cuando hay una calificacion menor de 3. Cualquier reclamo recibido debe ser enviado inmediatamente a gestie Calidad. Cualquiera que sea la acción a tomar, después del reclamo se le debe enviar una carta explicando al cliente, la causa analizada de su reclamo, y las acciones correctivas a tomar para evitar que se vuelva a presentar un reclamo por esa razón.					
IT	ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	DIAGRAMA	DOCUMENTO REGISTRO
1	INICIO				
2	RECEPCION DE LA QUEJA O RECLAMO	Se recibe la queja o reclamo del cliente	ASESOR COMERCIAL/ JEFE DE BODEGA		LD-R-03 Evaluacion de Calidad del Servicio,
3	SE INFORMA	Se informa a la Coordinadora o Auxiliar de calidad y se diligencia el registro. Cuando la queja es grave se informa de inmediato a la Gerencia Comercial	ASESOR COMERCIAL/ JEFE DE BODEGA		GC-R-15 Registro de Reclamos
4	SE ANALIZA LA QUEJA O RECLAMO	Se analiza la queja o reclamos con la persona directamente implicada. Se toma la acción correctiva	COORDINADORA / AUXILIAR DE CALIDAD/GERENTE		GC-R-15 Registro de Reclamos
5	SE PROPONE SOLUCION INMEDIATA	Responsable el proceso al que aplica la queja propone solucion inmediata	RESPONSABLE DEL PROCESO		
6	¿LA SOLUCION ES CONVENIENTE?		RESPONSABLE DEL PROCESO AL QUE APLICA		
7	APLICAR LA SOLUCION	Se aplica la solución inmediata y se le envia comunicado al cliente	RESPONSABLE DEL PROCESO AL QUE APLICA		GC-R-15 Registro de Reclamos
8	¿LA SOLUCION FUE EFICAZ?		RESPONSABLE DEL PROCESO AL QUE APLICA		
9	¿REQUIERE ACCION CORRECTIVA?	Se revisa la queja y se decide si requiere accion correctiva	COORDINADORA / AUXILIAR DE CALIDAD/RESPONSABLE DEL PROCESO AL QUE APLICA		
10	ARCHIVAR LA QUEJA	Se archiva la queja y la comunicación al cliente en orden cronológico y se utiliza esta información para alimentar los respectivos indicadores	COORDINADORA / AUXILIAR DE CALIDAD/RESPONSABLE DEL PROCESO		GC-R-15 Registro de Reclamos - carta al cliente
11	SE TOMA LA ACCION CORRECTIVA Y SE HACE SEGUIMIENTO	Se toma la acción correctiva correspondiente. Se hace seguimiento a la acción tomada según procedimiento de acciones correctivas	COORDINADORA / AUXILIAR DE CALIDAD		GC-R-07 Acciones Correctivas-Preventivas
12	FIN				

Fuente: Manual de calidad. G Y J Ferreterias S.A Empresas de Acero. Bogotá. 2008. 1 Archivo de computador.



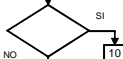

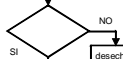


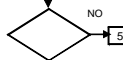








Grafico 3. Identificación y Trazabilidad del producto



Fuente: Manual de calidad. G Y J Ferreterías S.A Empresas de Acero. Bogotá. 2008. 1 Archivo de computador.

Grafico 4. Seguimiento al producto no conforme

PROPÓSITO:	Este procedimiento tiene como propósito establecer las directrices para la identificación y control del producto no conforme				
ALCANCE:	Aplica antes y después de la liberación del producto				
LINEAMIENTOS *					
Un producto no conforme se debe tratar de la siguiente manera:					
Permiso de desviación: Autorización para apartarse de los requisitos originalmente especificados de un producto antes de su realización (Aplica solo para transformadoras)					
Concesión: Autorización para utilizar o liberar un producto que no es conforme con los requisitos especificados					
Reparación: Acción tomada sobre un producto no conforme para convertirlo en aceptable para su utilización prevista					
Reproceso: Acción tomada sobre un producto no conforme para que cumpla con los requisitos (Aplica solo para transformadoras)					
Reclasificación: Variación de la clase de un producto no conforme, de tal forma que sea conforme con requisitos que difieren de los iniciales					
Desecho: Acción tomada sobre un producto no conforme para impedir su uso inicialmente previsto					
Liberación: Autorización para proseguir con la siguiente etapa de un proceso.					

IT	ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	DIAGRAMA	DOCUMENTO REGISTRO
1	INICIO				
2	SE RECIBE MATERIAL	Bien sea del proveedor, devolución de un cliente, o manipulación interna del material.	JEFE DE BODEGA		
3	DETECTAR PRODUCTO NO CONFORME (PROVIENE DE QUEJA DEL CLIENTE?)		JEFE DE BODEGA		
4	IDENTIFICAR Y SEPARAR PRODUCTO	Se identifica el producto no conforme de manera notoria y visible y se traslada a un sitio determinado para darle su respectivo tratamiento. Este se identificará con un letrero de producto no conforme.	JEFE DE BODEGA		Placa de identificación de producto no conforme
5	ES POSIBLE REALIZAR TRATAMIENTO AL PRODUCTO NO CONFORME?	Verificar la viabilidad de realizar tratamiento al producto no conforme	JEFE DE BODEGA ASESOR COMERCIAL		
6	REALIZAR TRATAMIENTO ADECUADO	Se establece el tratamiento a realizar (concesión, reclasificación, reproceso, reparación o desecho)			
7	REGISTRAR TRATAMIENTO	Se realiza el tratamiento del producto en el formato establecido	JEFE DE BODEGA		Registro de producto no conforme GC-R-06
8	¿SE PUEDE LIBERAR EL PRODUCTO?	Se establece el responsable dependiendo el tratamiento que se determine y se libera el producto.	JEFE DE BODEGA		
9	LIBERAR EL PRODUCTO	Se libera el producto de acuerdo a la acción determinada	JEFE DE BODEGA		Registro de producto no conforme GC-R-06
10	REGISTRAR NOTIFICACIÓN DE RECLAMO	Se registra el reclamo del cliente y se identifican las causas	ASESOR COMERCIAL JEFE DE BODEGA		Registro de reclamos GC-R-15
					
	ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	DIAGRAMA	DOCUMENTO REGISTRO
					
11	REQUIERE ACCIÓN CORRECTIVA?				
12	IR A PROCEDIMIENTO DE ACCIÓN CORRECTIVA	Se remite al procedimiento de acciones correctivas para establecer el plan de acción	JEFE DE PROCESO / AUXILIAR DE CALIDAD		Procedimiento de acciones correctivas GC-P-04
13	SE REALIZA ACLARACION CON EL CLIENTE	Se realiza comunicación de respuesta al cliente	JEFE DE PROCESO / AUXILIAR DE CALIDAD		Comunicación al cliente
14	FIN				

Fuente: Manual de calidad. G Y J Ferreterías S.A Empresas de Acero. Bogotá. 2008. 1 Archivo de computador.

Grafico 5. Logística de distribución

ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	DIAGRAMA	DOCUMENTO/REGISTRO
INICIO				
¿LA VENTA ES A CREDITO?	El asesor o vendedor de mostrador atiende al cliente	ASESOR COMERCIAL/ VENTAS POR MOSTRADOR		
RECIBIR PEDIDO	Se reciben los pedidos autorizados	JEFE DE LOGISTICA		Pedido autorizado VE-R-05/ cartilla de despiece
PROGRAMAR DESPACHOS	Se programan los despachos de acuerdo a: fecha de entrega, disponibilidad de vehículos, cantidad entregada, rutas y referencias a entregar.	JEFE DE LOGISTICA		Programa y control de despachos LD-R-01/ cartilla de despiece
EJECUTAR CARGUE	Incluye referencias, cantidades, pesaje (si lo requiere), al realizar el cargue se debe diligenciar la trazabilidad de cada material en el pedidos.	ASISTENTE DE LOGISTICA		Pedido VE-R-05 / cartilla de despiece
VERIFICAR CARGUE	Se realiza verificando cantidades, referencias o peso (si lo requiere), colocando en el pedido en los espacios respectivos respecto a Placa, Contó, Verificó	JEFE DE LOGISTICA/ASISTENTE DE LOGISTICA		ticket de báscula, pedido verificado VE-R-05 / cartilla de despiece
GENERAR FACTURA	La factura de venta debe ir con la firma del responsable de la liberación de producto./ Realizar trazabilidad de los productos en el pedido / en caso de figurado se deben facturar los kilos cargados independientemente de que esten completas las filas de la cartilla.	JEFE DE LOGISTICA/ASISTENTE DE LOGISTICA		Factura de venta, remisión (si lo requiere), cartillas de despiece (si lo requiere), rútero de despachos LD-R-02, evaluación de calidad del servicio LD-R-03
ENTREGAR PRODUCTO Y/O EVALUAR SERVICIO	Se entrega el producto con toda la documentación necesaria, la cual ha sido revisada previamente por el conductor	CONDUCTOR / AUXILIAR		Factura de venta, remisión, (si lo requiere), certificados de calidad (si lo requiere), cartillas de despiece (si lo requiere), rútero de despachos LD-R-02, evaluación de calidad del servicio LD-R-03
RECIBIR Y REVISAR DOCUMENTACIÓN	Se recibe y revisa si hay anotaciones de no conformidad de parte del cliente en la documentación que interviene en la entrega, registrándolas como reclamo.	JEFE DE BODEGA/AUXILIAR ADVO DE BODEGA		Cartilla de despiece, órdenes de compra, formato evaluación de calidad del servicio LD-R-03, Registro de reclamos GC-R-15
NOTIFICAR NO CONFORMIDAD	Se comunica al asesor comercial y gerente de UNES / ventas y se sigue el procedimiento de control de producto no conforme	JEFE DE BODEGA/AUXILIAR ADVO DE BODEGA		Procedimiento control de producto no conforme GC-P-03
DISTRIBUIR Y ARCHIVAR DOCUMENTOS DE ENTREGA DE PRODUCTO	Se entregan los documentos a los procesos correspondientes	JEFE DE LOGISTICA/ASISTENTE DE LOGISTICA		Factura de venta, remisión (si lo requiere) , cartillas de despiece (si lo requiere)
ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	DIAGRAMA	DOCUMENTO/REGISTRO
GENERAR FACTURA DE CONTADO	La persona encargada de las ventas de contado verifica la existencia de material y realiza la respectiva factura con su respectiva firma	VENTAS POR MOSTRADOR		Factura de Venta
REALIZAR CARGUE DE MATERIAL	Se ejecuta el respectivo cargue del material con teniendo en cuenta cantidades y referencias y se realiza la respectiva Trazabilidad	JEFE DE LOGISTICA/ ASISTENTE DE LOGISTICA		Factura de Venta
VERIFICAR CARGUE	Se verifica el respectivo cargue	JEFE DE LOGISTICA/ ASISTENTE DE LOGISTICA		Factura de Venta
ARCHIVAR FACTURA	Se realiza el archivo de la factura	JEFE DE LOGISTICA/ ASISTENTE DE LOGISTICA		Factura de Venta
FIN				

Fuente: Manual de calidad. G Y J Ferreterías S.A Empresas de Acero. Bogotá. 2008. 1 Archivo de computador.

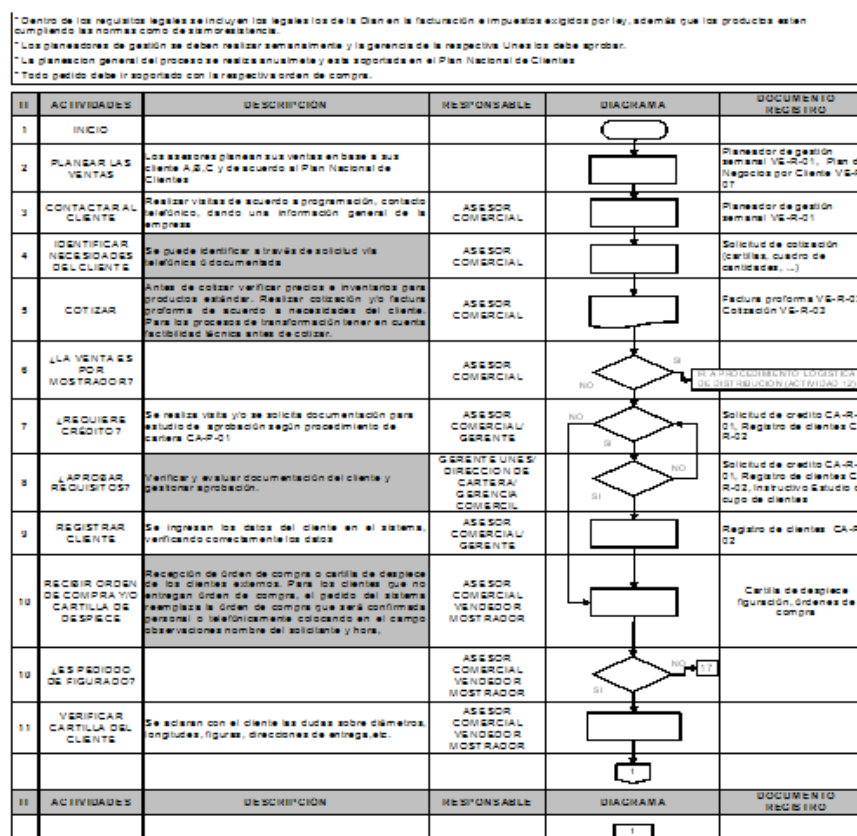
8.3. OBJETIVO 3

“Realizar una orientación dirigida a todos los consultores comerciales a fin de que cumplan el procedimiento preestablecido por la organización.”

Programamos una capacitación dirigida al personal de ventas para potencializar el conocimiento, la aceptación y el entendimiento del procedimiento de ventas establecido, se realizó el mes de abril del presente año dicha capacitación, una vez superada estas dos etapas verificamos que las quejas y los reclamos hayan disminuido respecto al no cumplimiento del procedimiento, al final de la investigación si se sabe que no se ha disminuido los causales se determinara con apoyo de la gerencia sanciones económicas para que este mensaje sea receptivo y utilizado responsablemente.

De acuerdo a este objetivo se va a realizar las actividades propuestas de control y seguimiento, ejecutando el PHVA (Planear, hacer, verificar y actuar), en concordancia con el sistema de gestión de calidad de GYJ FERRETERIAS S.A.

Grafico 6. Ventas



Fuente: Manual de calidad. G Y J Ferreterías S.A Empresas de Acero. Bogotá. 2008. 1 Archivo de computador.

8.4. OBJETIVO 4 “DISEÑAR UN SISTEMA DE CONTROL PARA EL PROCEDIMIENTO DE VENTAS.”

Sistematización

Utilizar y medir los formatos y procedimientos en el Área de ventas, apoyados en la ISO 9001: Versión 2000

Metodología

Primera actividad

Evaluar el desempeño del Área de ventas en los Factores Claves de Éxito

- **Formato 1.** (Previamente Verificar, Complementar o Suprimir factores si no son pertinentes)

Los siguientes formatos de control para el procedimiento de ventas, se pudieron realizar y aplicar a la empresa GYJ FERRETERIAS S.A., con ayuda del Doctor Jairo Idarraga docente de la Universidad Autónoma de Occidente, para medir y controlar este área, fue de gran satisfacción para la gerencia estos modelos, ya que se pudieron medir cada uno de los procesos que hacen parte de la venta, igualmente las variables de alto, mediano y bajo riesgo y de alta mediana y baja incertidumbre, en compañía de todos los consultores comerciales se definieron para la empresa cuales iban en cada cuadrante con sus razones.

Formato 1. Análisis de Riesgo e Incertidumbre

Variables Internas - SISTEMA COMERCIAL							
Variables	Riesgo			Incertidumbre			Factores Críticos de Control
	Alto	Medio	Bajo	Alta	Media	Baja	
La información del mercado, la competencia, los clientes y los consumidores para la toma de decisiones	*			*			Crear Sistemas de Información de Mercadeo - Inteligencia de mercadeo
Capacidad de respuesta, ampliación del portafolio	*				*		Crear Función de Innovación & Desarrollo
El sistema de control del desempeño de ventas	*				*		Crear Sistemas de Evaluación del desempeño en Ventas
El sistema de solución a requerimientos y reclamos de los clientes	*			*			Adecuar dentro de la planeación una persona o un proceso encaminado a la plena satisfacción del cliente, direccionado este a la atención inmediata y solución de cualquier fuente de reclamo.
Cumplimiento de tiempos y suministro externo	*				*		Crear un sistema de seguimiento a las relaciones con los clientes y proveedores.
Eliminar reclamos servicio	*			*			Dentro de la planificación estratégica implementar planes de choque a mediano plazo a fin de eliminar esta variable.
La logística , el seguimiento y control del servicio	*				*		Este proceso se potencializara una vez hallamos hecho la fusión física en una bodega con mayor espacio y por tanto con mayor impacto en proceso de distribución.
El conocimiento de los procesos y la asistencia técnica	*				*		Capacitar al personal perteneciente a la fuerza de ventas generara mayores beneficios comerciales.
Reproceso: Administración y producto		*			*		Eliminar gastos generados por producto no conforme y por procesos de solución a problemas administrativos.
Políticas Comerciales alta gerencia	*				*		Aunque es una variable de fondo puede transformarse en un elemento de control de la forma, ya que por volumen o tipo de negocio en su debido caso ameritara los cambios necesarios en busca de respuestas a las necesidades de un cliente potencial.

Fuente: Manual de calidad. G Y J Ferreterías S.A Empresas de Acero. Bogotá. 2008. 1 Archivo de computador.

Formato 2. Mapa de Riesgos e Incertidumbres Estratégicas y Operacionales

Niveles de Incertidumbre				
Niveles de Riesgo	Alto Riesgo	Alta Incertidumbre	Mediana Incertidumbre	Baja Incertidumbre
		Zona de Alto Riesgo		
		Cuadrante 1: Alto Riesgo - Alta Incertidumbre <ul style="list-style-type: none">La información del mercado, la competencia, los clientes y los consumidores para la toma de decisiones.El sistema de solución a requerimientos y reclamos de los clientes.Eliminar reclamos servicio.	Cuadrante 2: Alto Riesgo - Mediana Incertidumbre <ul style="list-style-type: none">Capacidad de respuesta, ampliación del portafolio.El sistema de control del desempeño en ventas.Cumplimientos de tiempo y suministro externo.La logística, el seguimiento y control del servicio.El conocimiento de los procesos y la asistencia técnica. Políticas comerciales alta gerencia.	Cuadrante 3: Alto Riesgo - Baja Incertidumbre
	Mediano Riesgo	Zona de Mediano Riesgo		
		Cuadrante 4: Mediano Riesgo - Alta Incertidumbre	Cuadrante 5: Mediano Riesgo - Mediana Incertidumbre Reproceso: Administración y producto.	Cuadrante 6: Mediano Riesgo - Baja Incertidumbre
		Zona de Bajo Riesgo		
	Bajo Riesgo	Cuadrante 7: Bajo Riesgo - Alta Incertidumbre	Cuadrante 8: Bajo Riesgo - Mediana Incertidumbre	Cuadrante 9: Bajo Riesgo - Baja Incertidumbre

Fuente: Manual de calidad. G Y J Ferreterías S.A Empresas de Acero. Bogotá. 2008. 1 Archivo de computador.

➤ **Glosario del Mapa de Riesgos e Incertidumbres Estratégicas y Operacionales.**

Un Mapa estratégico es una estructura gráfica que refleja la posición comparativa de las variables que determinan la competitividad de una organización, desde el grado o nivel de Riesgo e Incertidumbre que se tiene de las mismas.

- **Riesgo.** Hace relación al grado o nivel de impacto con el cual una variable esta afectando o puede afectar o modificar o el desempeño y la competitividad del sector y del negocio
- **Incertidumbre.** Hace referencia al grado o nivel de manejo, experiencia y dominio que se tiene de una variable que afecta a la empresa.

Relaciona el nivel de conocimiento y experiencia de variables conocidas, aquellas que se han venido incorporando y las que apenas emergen

- **Cultura de calidad.** El propósito de elaborar este Mapa Estratégico y Operacional es determinar los factores sobre los cuales la Organización debe crear una Cultura de Calidad, es decir, crear comportamientos en donde la conducta de cumplimiento sea la única norma aceptable. En síntesis pasar:

Tabla 14. Conducta de cumplimiento

De:	A:
Procesos sin dueño	Responsables de cada proceso
Control coyuntural de los procesos	Mejoramiento continuo
Defecto	Cumplimiento de requisitos
Desperdicio	Ahorro
Creación de disculpas	Aceptación del incumplimiento
Reparación	Prevención, cero defectos
Reprocesos	Procesos sin No conformidades
Servicios con defectos	Servicios de calidad
Costo de la No calidad	Productividad en crecimiento
La No conformidad la absorbe la empresa	La No conformidad la paga el que incumple

Significado estratégico de la **Zona de Riesgo Crítico** Congrega esta zona los cuadrantes 1, 2 y 3. Son las variables de Alta Incidencia en razón a su alto impacto en la estructura competitiva del sector y de la empresa. Se moviliza desde variables desconocidas hasta aquellas conocidas, que se presume tendrán un alto efecto en el desempeño competitivo del sector y del negocio.

Estrategia genérica para la zona de Incidencia Crítica: Apostar- Invertir en adquirir o profundizar en conocimientos y tecnología para crear ventajas competitivas.

Seleccionar las variables que marcarán la pauta en el sector, en gran medida como consideración a su alto potencial de generar valor e iniciar, de acuerdo con el nivel de incertidumbre, el plan para lograr o ampliar su dominio.

Significado estratégico de cada Cuadrante de la Zona de Riesgo Crítico

- Cuadrante 1 ➡ Alto Riesgo - Alta Incertidumbre.

Reúne generalmente las características que más afectan el desempeño del negocio, pero que sus síntomas, causas y efectos no se conocen, requiriéndose integrarlas dentro del planes de desarrollo y adicionalmente mantenerlas bajo control y manejo.

En este cuadrante se congregan las Amenazas para la empresa.

- Cuadrante 2 ➡ Alto Riesgo - Mediana Incertidumbre. Son características cuyo conocimiento requiere ampliarse, precisarse o orientarse en su real influencia. Su permanente consideración debe ser crítica. En este cuadrante se congregan aspectos que requieren revelarse para definir la estrategia frente a ellos.

- Cuadrante 3 ➡ Alto Riesgo - Baja Incertidumbre. Contiene las características de mayor ocurrencia y donde se ha logrado el más alto conocimiento y experiencia de la empresa; son fuentes de profundización de ventajas competitivas. En este cuadrante se unen Oportunidades para la empresa.

- Significado estratégico de la Zona de Riesgo Coyuntural. Está conformada esta zona por los cuadrantes 4, 5 y 6. Reúne las variables de Incidencia media, caracterizadas por ser variables que se han venido incorporando, pero que sus efectos no son tan determinantes como los primeros. Se moviliza desde variables conocidas hasta aquellas desconocidas que se percibe que tendrán un importante efecto en la estructura competitiva del sector, generando incertidumbres coyunturales o transitorias. Es fundamental investigar cuáles son las empresas que están generando incertidumbres tecnológicas o comerciales Son variables migratorias.

Estrategia genérica para la zona de Riesgo Coyuntural: Monitorear, empezar a entender sus efectos en la competitividad

Seleccionar las variables que tienden a volverse críticas y realizar inversiones de bajo riesgo como alianzas operacionales o de distribución. Realizar reestructuraciones internas para reducir costos o crear nuevas habilidades; modificar o sustituir procesos que incrementen la calidad. Jugar más adelante, invertir en mercados y negocios que en ocasiones no parecen atractivos. Buscar crecimientos en productos y mercados emergentes.

➤ Significado estratégico de cada Cuadrante de la Zona de Riesgo Coyuntural

- Cuadrante 4 ➡ Mediano Riesgo - Alta Incertidumbre. En este cuadrante se ubican las características ligadas a la evolución de los resultados, sobre las cuales se tiene un bajo conocimiento y manejo, requiriéndose minimizar la dependencia y ejercer un control sobre el período de duración o tiempo de resurgimiento.
- Cuadrante 5 ➡ Mediano Riesgo - Mediana Incertidumbre. Este cuadrante relaciona aspectos que obligan a mantener un control permanente, para determinar el nivel de interdependencia que tienen sus efectos
- Cuadrante 6 ➡ Mediano Riesgo - Baja Incertidumbre. En este cuadrante se ubican las características cuyo impacto es relativamente importante y se conocen sus síntomas y sus efectos. Su impacto es generalmente migratorio, requiriéndose una permanente investigación de su efecto en el tiempo.

➤ Significado estratégico de la Zona de Riesgo Emergente. Congrega esta zona los cuadrantes 7, 8 y 9. Esta zona reúne las variables de bajo riesgo, caracterizada por su equivocado manejo como incertidumbre residual. Es temporalmente impredecible su impacto por su joven gestación. Es eminentemente evolutivo, siendo de alto riesgo subestimar o sobreestimar, siendo determinante conocer el origen de la incertidumbre. Es necesario evaluar el costo de su conocimiento y manejo comparado con su poca incidencia

Estrategia genérica para la zona de Incidencia Coyuntural: Monitorear y Esperar Realizar inversiones flexibles, que permitan adaptarse en la medida que los mercados evolucionen. Esperar hasta tener mayor certeza del origen e impacto de la variable. Posponer hasta que el futuro sea suficientemente predecible, lo cual en ocasiones equivale a abrir nuevas oportunidades a la competencia. Seleccionar e investigar las variables sobre las cuales se prevé un cambio que afectará en el futuro la posición competitiva, para iniciar el proceso de develar sus causas y sus efectos.

➤ Significado estratégico de cada Cuadrante de la Zona de Riesgo Emergente

- Cuadrante 7 ➡ Bajo Riesgo - Alta Incertidumbre . En el se clasifican los eventos de poco impacto. La interacción dentro de la organización ha sido muy baja y sus efectos son poco conocidos. Esta zona reúne las variables de bajo riesgo que constituyen Amenazas inicialmente residuales.
- Cuadrante 8 ➡ Bajo Riesgo - Mediana Incertidumbre. En este cuadrante se presentan los eventos que se movilizan hacia un nivel de conocimiento adecuado. Su impacto no alcanza a percibirse como trascendental.
- Cuadrante 9 ➡ Bajo Riesgo - Baja Incertidumbre. Este cuadrante contiene eventos emergentes. Su impacto no se prevé importante aunque su conocimiento y manejo es alto. Estas características son generalmente migratorias.

➤ Análisis de la Matriz de Riesgo – Incertidumbre

➤ Factores Críticos de Éxito, Factores de Alto Riesgo - Alta Incertidumbre

- La información del mercado, la competencia, los clientes y los consumidores para la toma de decisiones.
- El sistema de solución a requerimientos y reclamos de los clientes.
- Eliminar reclamos servicio
- Conclusión

Es necesario adquirir plataformas de información y redefinir las funciones en función de este Sistema de Información, para lograr un mejor control a los procesos con los clientes, base para mantener un mejor control de la calidad del servicio, alimentado con un sistema de indicadores que permanentemente evalúe la gestión

➤ Factores de Alto Riesgo – Mediana Incertidumbre

- Capacidad de respuesta, ampliación del portafolio.
- El sistema de control del desempeño en ventas.
- Cumplimientos de tiempo y suministro externo.
- La logística, el seguimiento y control del servicio.
- El conocimiento de los procesos y la asistencia técnica.
- Políticas comerciales alta gerencia.

- **Conclusión.** Se debe implementar un programa de seguimiento basado en indicadores de gestión con verificación ceñida al cumplimiento de cada procedimiento, una vez evaluado los resultados de la gestión , estos mismos alimentaran la plataforma de información, a fin de obtener respuestas de manera rápida a las necesidades del cliente.

➤ Factores de Mediano Riesgo – Mediana Incertidumbre

- Reproceso: Administración y producto.

- **Conclusión.** Una vez eliminada la fuente de la reclamación, tanto administrativo como de producto no conforme, utilizando las herramientas propias de cada procedimiento y basado en las respuestas que genere una plataforma de información encaminada a la satisfacción del cliente, se debe obtener como resultado la eliminación del reproceso administrativo y así mismo controlar de manera eficaz el reproceso de producto producido por manipulación del material.

Tabla 15. Indicadores de la Procesos de Seguimiento y Control a la Solución de Quejas y Reclamos de los Clientes

Objetivo	Actividades	Indicador	Atributo	Responsable	Tipo	Formula	Unidad de Medida	Frecuencia de Medición	Meta
Implementación de los Procedimientos de Control y Seguimiento de las quejas y reclamos de los clientes	1- Recepción de la queja o reclamo	Número de No Conformidades de los clientes	Identificación de número de quejas y reclamos en un periodo	Consultor Comercial Jefe de Bodega	Proceso	Numero de quejas o reclamos / No de pedidos despachados	%	Mensual	3%
	2- Protocolización del Responsable de la solución	No Conformidades por Responsable	Identificación del dueño del Proceso	Dueño del proceso	Proceso	Numero de quejas o reclamos por Proceso / Meta	%	Mensual	3%
	3- Identificación de Parámetros de Solución	Compromiso de de las acciones correctivas y preventivas	Acuerdo de términos de solución	Dueño del Proceso	Proceso	No de Acuerdos cumplidos / Número de quejas o reclamos	%	Mensual	< 2%
	4- Control y Seguimiento a quejas y reclamos	Control y Seguimiento a quejas y reclamos	Verificación de Control y Seguimiento	Coordinador de Calidad. Gerencia Comercial	Resultado	No de Actas de conformidad de la solución / Número de quejas o reclamos	%	Mensual	100 %

Objetivo	Actividades	Indicador	Atributo	Responsable	Tipo	Formula	Unidad de Medida	Frecuencia de Medición	Meta
Implementación de los Procedimientos de Control y Seguimiento de las quejas y reclamos de los clientes	5- Eficacia de las soluciones	Número de No Conformidades repetidas por los clientes	Identificación de la Eficacia de las soluciones	Coordinador de Calidad. Gerencia Comercial	Proceso	Numero de quejas o reclamos repetidos / No de Actas de Conformidad	%	Mensual	3%
	6- Control al Tiempo de respuesta al Cliente	# 2 Respuesta de Eficacia en la Solución	Cumplimiento en los compromisos con los clientes	Coordinador de Calidad. Gerencia Comercial	Proceso	No. de horas fecha de compromiso / No. de horas fecha de entrega	%	Mensual	100.0 %
	7- Verificar el Grado de Satisfacción de los Clientes	# 3 Nivel de satisfacción de clientes	Percepción de la calidad de los servicios prestados	Coordinador de Calidad. Gerencia Comercial	Resultado	No. de clientes califican excelente el servicio / No. de clientes calificaron el servicio	%	Trimestral	100.0 %
	8- Verificar la Fidelidad de los Clientes Regulares -	# 4 Número de clientes reutilizan los servicios	Percepción en la confiabilidad y competitividad	Coordinador de Calidad. Gerencia Comercial	Resultado	No. de clientes regulares cumplen las metas de utilización / No. de clientes regulares	%	Trimestral	100.0 %

Fuente: Manual de calidad. G Y J Ferreterías S.A Empresas de Acero. Bogotá. 2008. 1 Archivo de computador.

9. CONCLUSIONES

Gracias a la implementación del sistema de gestión de calidad de la ISO 9001:2000 que existe en GYJ FERRETERIAS S.A. donde se han incluidos formatos de servicio al cliente, informe diarios de ventas, auditorias internas, control de actividades y demás documentos en los puntos presenciales de venta al publico, es estandarizando los macro procesos de servicio al cliente, la gestión a tercero y las ventas, generando una rentabilidad satisfactoria por la alta dirección del área la cual el resultado es un estándar alto y de excelente calidad, se refleja eficiencia en las actividades de manera que los servicios prestados son en el menor tiempo posible y una buena actividad de operación administrativa. Con esto la documentación y los procedimientos serán mas productivos y competitivos para el área de comercial y de distribución, donde la empresa se ahorra costo por que se optimiza la utilización de los recursos de los formatos y la empresa desarrolla una relación mas confiable con los clientes, generando un ambiente de trabajo con tendencia a mejoramiento a través de la aplicación del sistema administrativo documentado basado en la serie ISO 9001: 2000 de la norma de calidad. Se identifico los procesos de la norma de calidad que incidía en la prestación de servicio cumpliendo con el Segundo objetivo especifico basado en la política de calidad de la empresa GYJ FERRETERIAS S.A. se determina una optima gestión de calidad donde se genera beneficio y calidad para el cliente, los empleados y la organización que representamos para un mejoramiento continuo en el área de comercial y de distribución.

En esta practica laboral donde desempeño como función principal la ejecución del sistema de gestión de calidad de ventas en la empresa GYJ FERRETERIAS S.A., adicional realizo asistencia continua en el manejo de consolidaciones, auditoria, control y cumplimiento a los presupuestos establecidos en el área, representa una experiencia loable para mi aprendizaje como administrador, ya que toco temas que solo en la parte teórica hacían parte de mi conocimiento profesional, alguna de ellas es la participación activa en la utilización del sistema de gestión de calidad. Dentro de la programación de la mejora continua en el sistema de gestión de calidad se ha planificado en el segundo semestre de 2008 auditoria interna de seguimiento, con la cual podré tener mayor control, seguimiento y participación en la misma, con lo cual ampliare las expectativas de mi trabajo teórico hacia la realidad en mi empresa, direccionada en el área de ventas, logística y distribución,

Actualmente en nuestra sociedad, existen muy pocas empresas que acompañan a los practicantes, brindándole todas las herramientas necesarias para ser un excelente profesionales, se aprenden a demás la parte comercial y distribución, se aprende a diagnosticar, identificar, distintas necesidades y funciones, ya que es un grupo empresarial de Distribución y comercialización que tiene diferentes

puntos de venta en todo el país, de esta manera dentro de mi labor como administrador de empresa puedo adquirir diferentes puntos de vistas del negocio, ya que desde mi sitio como consultora de ventas, parte operativa puedo acceder a información y planificación estratégica, componentes de la misión administrativa de la alta gerencia, además de cómo fortaleza dentro de nuestro trabajo esta el Compañerismo, el trabajo, la calidad del trabajo como no tener pensamientos oculto o mal intencioso contra el área, me parece importante por que refuerza esa base que la universidad le brinda al estudiante de humanidades, ética y valores, todo lo anterior y permite desempeñarme a un futuro con un poco mas de facilidad para mi carrera como administrador de empresa.

10. RECOMENDACIONES

- De acuerdo al cuadro es necesario implementar o mejorar la caracterización de los procesos donde identifiquemos claramente el responsable del mismo y el alcance de cada una de sus actividades.
- De acuerdo a esta caracterización y al cuadro operacional inclinaremos nuestras actividades de control de seguimiento en mantener y disminuir los indicadores propuestos menor o igual al 3%, según lo planteado en el cuadro operacional.

BIBLIOGRAFÍA

PERIS, Fernando; MORENO Maria D. y GONZALES Thomas. Gestión de la calidad y diseño de organizaciones: Concepto de la calidad y dimensiones que lo componen. Colombia: Editorial Prentice Hall, 2000. 262 p.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS, ISO 9000-2000 – Estrategias para implantar la norma de calidad para la mejora continua –Enfoque de proceso Santafé de Bogota, D.C.: ICONTEC, 2002. 256 p.

JURAN, J.M. Jurán y el liderazgo para la calidad. Madrid: 2001 Juran , J.M. , Ediciones Díaz de Santos, 2001, 363 p.

Manual de calidad. G Y J Ferreterías S.A Empresas de Acero. Bogotá 2008. 1
Archivo de computador.

MORENO LUZÇON, María D. Gestión de la calidad y diseño de las organizaciones. Teoría y estudio de casos. Madrid : Prentice Hall, 2001. 494 p.

ANEXOS

Anexo A. Mejoramiento continuo

Utilizando como herramienta la norma técnica colombiana ISO 9001: VERSION 2000, nos apoyaremos en el capítulo 8 de la norma, mejoramiento continuo, donde aplicaremos las acciones correctivas para eliminar cualquier no conformidad y las acciones preventivas las causas potenciales de una No Conformidad, donde gracias al histórico de el proceso de quejas y reclamos implementado en la Unes Calle 12 podemos definir la cantidad de quejas generadas, individual como en conjunto.

Con esto generaremos los planes de acción a fin de visualizar las acciones necesarias para disminuir nuestros porcentajes de incumplimiento, respecto al procedimiento de quejas y reclamos.

1. Toda vez que la queja y reclamo sea generada por incumplimiento de un proceso como acción correctiva se reforzara la inducción en el uso y manejo del mismo con las partes involucradas en el proceso cuando este sea necesaria, es decir, si la queja es generada por incumplimiento en el procedimiento de ventas el plan de acción a seguir es potencializar el conocimiento del asesor sobre el procedimiento, a fin de que utilice todas las actividades registradas en el procedimiento de manera correcta, de igual forma se debe capacitar a todo el personal que este incumpliendo un procedimiento establecido.
2. Si la queja y reclamo es por producto la acción correctiva es separar y demarcar el material como PNC (Producto no conforme) .
3. Las acciones preventivas estarán encaminadas a eliminar las causas potenciales de las no conformidades expuestas.

MEDICION, ANALISIS Y MEJORA

8.1 ORIENTACION GENERAL

GENERALIDADES

La organización debe planificar e implementar los procesos de seguimiento, medición, análisis y mejora necesarios para:

- a. Demostrar la conformidad del producto,
- b. Asegurarse de la conformidad del sistema de gestión de la calidad, y

- c. Mejorar continuamente la eficacia del sistema de gestión de la calidad.

Estos debe comprender la determinación de los métodos aplicables, incluyendo las técnicas estadísticas, y el alcance de su utilización.

8.1.1 Introducción

Los datos de las mediciones son importantes en la toma de decisiones basadas en hechos. La alta dirección debería asegurarse de la eficaz y eficiente medición, recopilación validación de datos para asegurar el desempeño de la organización y la satisfacción de las partes interesadas. Esto debería incluir la revisión de la validez y del propósito de las mediciones y el uso previsto de los datos para asegurarse del aporte de valor para la organización. Los siguientes son ejemplos de mediciones del desempeño de los procesos de la organización:

- Medición y evaluación de sus productos
- Capacitación de los procesos
- Logro de los objetivos del proyecto, y
- Satisfacción del cliente y de otras partes interesadas.

La organización debería realizar el seguimiento continuo de sus acciones para la mejora del desempeño, y registrar su implementación dado que esto puede proporcionar datos para mejoras futuras.

Los resultados del análisis de datos de las actividades de mejora deberían ser uno de los elementos de entrada de la revisión por la dirección con el fin de proporcionar información para mejorar el desempeño de la organización.

8.1.2 Aspectos por considerarse

La medición, el análisis y la mejora incluyen las siguientes consideraciones:

- a. Los datos de las mediciones deberían convertirse en información y conocimiento beneficiosos para la organización;
- b. La medición, el análisis y la mejora de los productos y procesos deberían usarse para establecer prioridades apropiadas para la organización;
- c. Los métodos de medición empleados por la organización deberían revisarse periódicamente, y debería verificarse la exactitud e integridad de los datos sobre una base continua;
- d. Los estudios comparativos (benchmarking) de procesos individuales deberían emplearse como una herramienta para mejorar la eficacia y eficiencia de los procesos;
- e. Las medidas de la satisfacción del cliente deberían considerarse vitales para la evaluación del desempeño de la organización,
- f. El uso de mediciones y la generación y comulación de información obtenida son esenciales para la organización y debería ser la base para la mejora del

- desempeño y la participación activa de todas las partes interesadas; tal información debería estar vigente, y estar claramente definido su propósito;
- g. Deben implementarse las herramientas apropiadas para la comunicación de la información resultante de los análisis de las mediciones;
 - h. Debería medirse la eficacia y la eficiencia de la comunicación con las partes interesadas para determinar si la información es oportuna y claramente entendida;
 - i. En los casos en los que se alcancen los criterios de desempeño de los procesos y del producto, aun puede ser beneficioso realizar el seguimiento y análisis de los datos de desempeño con el fin de comprender mejor la naturaleza de las características objeto del estudio;
 - j. El uso de las técnicas apropiadas, estadísticas o de otro tipo, puede ser útil en la comprensión de las variaciones, tanto de los procesos como de las mediciones, y por lo tanto puede mejorar el desempeño del proceso y del producto controlando dicha variación;
 - k. La auto evaluación debería considerarse en forma periódica para evaluar la madurez del sistema de gestión de la calidad y el nivel del desempeño de la organización y para definir las oportunidades de mejora del desempeño.

ISO 9001:2000 – Sistema de Gestión de la Calidad – Requisitos

8.2 MEDICION Y SEGUIMIENTO

8.2.1 Medición y seguimiento del desempeño del sistema

8.2.1.1 Generalidades.

La alta dirección debería asegurar de que se utilizan métodos eficaces y eficientes para identificar áreas para mejorar el desempeño del sistema de gestión de la calidad. Los siguientes son ejemplos de estos métodos:

- Encuestas de satisfacción del cliente y de otras partes interesadas,
- Las autoridades internas,
- Las mediciones financieras, y
- La auto evaluación.

8.2.2 Auditoria interna

La organización debe llevar a cabo intervalos planificados auditorias internas para determinar si el sistema de gestión de calidad:

- a) Es conforme con las disposiciones planificadas, con los requisitos de esta Norma Internacional y con los requisitos del sistema de gestión de calidad establecidos por la organización, y
- b) Se ha implementado y se mantiene de manera eficaz.

Se debe planificar un programa de auditorias tomando en consideración el estado y la importancia de los procesos y las áreas a auditar, así como los resultados de auditorias previas. Se deben definir los criterios de auditoria, el alcance de la misma, su frecuencia y metodología. La selección de los auditores y la realización de las auditorias deben asegurar la objetividad e imparcialidad del proceso de auditoria, los auditores no deben auditar su propio trabajo.

8.2.3 Seguimiento y medición de los procesos

La organización debe aplicar métodos apropiados para el seguimiento y cuando sea aplicable, la medición de los procesos del sistema de gestión de calidad. Estos métodos deben demostrar la capacidad de los procesos para alcanzar los resultados planificados.

Cuando no se alcancen los resultados planificados deben llevarse a cabo correcciones y acciones correctivas, según sea conveniente, para asegurarse de la conformidad del producto.

8.2.4 Seguimiento y medición del producto

La organización debe medir y hacer un seguimiento de las características del producto para verificar que se cumplen los requisitos del mismo. Esto debe realizarse en las etapas apropiadas del proceso de realización del producto de acuerdo con las disposiciones planificadas.

8.3 CONTROL DEL PRODUCTO NO CONFORME

La organización debe asegurarse de que el producto que no sea conforme con los requisitos, se identifica y controla para prevenir su uso o entrega no intencional.

La organización debe tratar los productos no conformes mediante una o mas de las siguientes maneras:

- a) Tomando acciones para eliminar la no conformidad detectada;
- b) Autorizando su uso, liberación o aceptación bajo concesión por una autoridad pertinente y, cuando sea aplicable , por el cliente;
- c) Tomando acciones para impedir su uso o aplicación originalmente previsto.

8.4 ANALISIS DE DATOS

La organización debe determinar, recopilar y analizar los datos apropiados para demostrar la idoneidad y la eficacia del sistema de gestión de la calidad y para evaluar donde puede realizarse la mejora continua de la eficacia del sistema de gestión de la calidad. Esto debe incluir los datos generados del resultado del seguimiento y medición y de cualesquiera otras fuentes pertinentes.

El análisis de datos debe proporcionar información sobre:

- a) La satisfacción del cliente.
- b) La conformidad con los requisitos del producto.
- c) Las características y tendencias de los procesos y de los productos, incluyendo las oportunidades para llevar a cabo acciones preventivas, y
- d) Los proveedores.

8.5 MEJORA

8.5.1 MEJORA CONTINUA

La organización debe mejorar continuamente la eficacia del sistema de gestión de la calidad mediante el uso de la política de la calidad, los objetivos de la calidad, los resultados de las auditorías, el análisis de datos, las acciones correctivas y preventivas y la revisión por la dirección.

8.5.2 ACCION CORRECTIVA

La organización debe tomar acciones para eliminar la causa de no conformidades con objeto de prevenir que vuelva a ocurrir.

Las acciones correctivas deben ser apropiadas a los efectos de las no conformidades encontradas.

8.5.3 ACCION PREVENTIVA

La organización debe determinar acciones para eliminar las causas de no conformidades potenciales para prevenir su ocurrencia. Las acciones preventivas deben ser apropiadas a los efectos de los problemas potenciales.